Gerhard-Hermann Koch

KARRIERE

ultimativ

200seitige Leseprobe

- Bewerbungshandbuch
- Karrierehandbuch
- Verhaltenskunde
- Personalmarketing
- Exzellente Arbeitgeber

Für Sie als PDF
Know-how aus vier Jahrzehnten
erfolgreichem Personalmanagement
als Geschäftsführer, Personalleiter und
im Executive Search !

Karriere ultimativ
strategisch • taktisch • professionell

Professionelles Know-how

für Ihre „Bewerbung & Karriere“

Seit vier Jahrzehnten beurteile, bewerte und fördere ich Führungskräfte, Spezialisten, Berufserfahrene und Absolventen. „Bewerben & Karriere“ erfordern vor allem, dass Sie wissen wie Personalmanager und Führungskräfte denken, entscheiden und handeln und das erfordert Erfahrung und nochmals Erfahrung. Diese Erfahrung hätte ich mir schon zu Beginn meiner Karriere gewünscht. In „Karriere ultimativ“ finden Sie meine in erfolgreicher Praxis gewonnenen Erkenntnisse, die Sie für Ihre eigene Bewerbung und Karriere nutzen können.

Was nützt Ihnen

das Bewerbungshandbuch?

Die Interessen sind nicht immer deckungsgleich Jeder Bewerber hat ebenso bestimmte Vorstellungen und Interessen wie auch das suchende Unternehmen. Bewerben ohne die Sichtweise des Arbeitgebers zu sehen und auch zu berücksichtigen, scheint mir eine ziemlich erfolglose Strategie zu sein. Der zukünftige Arbeitgeber und der Bewerber, oder Kandidat im Executive Search, sind ja keine Gegner. Aber es ist legitim, dass sich beide auf Herz und Nieren prüfen. Wer aus Unkenntnis gültige Regeln missachtet, wird sich meistens erfolglos bewerben.

das Karrierehandbuch?

Langjähriges Know-how aus erfolgreicher Praxis anstatt blutleerer Theorie. Sie erfahren hier, wie Karriere funktioniert und wie Sie Ihre Karriere verhindern können. Fallstricke liegen in menschlichen Empfindlichkeiten und weniger im rein Handwerklichen. Als Manager müssen Sie natürlich „Ihr Handwerk“ beherrschen, aber oft noch wichtiger ist es für Sie, zu erkennen, wo Sie von anderen ausgetrickst oder gar manipuliert werden. Jede Karriere wird von Faktoren mitbestimmt, auf die Sie nur bedingt Einfluss haben. Wer Karriere machte, verdankt diese natürlich seinem herausragenden Können, aber ebenso glücklichen Umständen, seinen Vorgesetzten und weiteren, die ihn förderten.

die Verhaltenskunde für Erfolgsorientierte?

Menschen verhalten sich nicht viel anders als unsere tierischen Verwandten. Jede Art kann etwas besser als wir selbst. Wer tierisches Verhalten beobachtet, erkennt „menschliche Verhaltensweisen“. Die lügen und tricksen und geben kräftig an. Selbst Tiere mobben andere ganz gezielt. Die Hackordnung gibt es nicht nur bei Hühnern. Rangordnungskämpfe, ausgefochten mit Verbündeten, bestimmen den tierischen und menschlichen Alltag gleichermaßen.

das Fachbuch Personalmarketing?

Jeder Manager benötigt gute Kenntnisse im Marketing allgemein und speziell in den Themen des Personalmarketings. Denn hierüber wird ganz erheblich mitentschieden werden, welches Unternehmen zukünftig zu den führenden zählen wird. Qualifizierte Mitarbeiter sind in jedem Unternehmen entscheidend für die gesamte Wertschöpfung. Gelingt es den Unternehmen nicht, Mitarbeiter zu finden, zu fördern und zu binden, fallen sie gegenüber ihren Wettbewerbern zurück.

die Präsentation von maximal 50 Arbeitgebern?

Umfassendes, professionelles Know-how zur „Karriere & Bewerbung“ plus „Exzellente Arbeitgeber“. Beides ergänzt das jeweils andere optimal. Unternehmen, die sich nicht nur mit Kennzahlen präsentieren, sondern mit allem, was für Sie als Bewerber auch für Ihre weitere Karriere wissenswert ist.

Auszüge aus einigen Leserbriefen

Alle Leserbriefe

Personalreferentin

Ihre ebooks bringen die angekündigten Inhalte fachlich und sprachlich exzellent auf den Punkt. Während des Lesens musste ich an der einen oder anderen Stelle sehr schmunzeln. Danke, dass Sie kein Theoretiker sind, der ein praktisches Handbuch schreibt, es ist wie aus dem wahren Leben geschrieben.

Absolventin mit Berufsziel Personalmanager

Ich wollte Ihnen nur sagen, dass Ihre E-Books klasse sind. Ich habe schon 2 davon durchgelesen und sie haben mir im Studium immer weiter geholfen. Ich hoffe, sie machen noch viele weitere.

Leiter Universitätsbibliothek

Mir persönlich gefällt Ihr Handbuch übrigens sehr gut. Fast schade, dass ich mich gerade nicht in einer Bewerbersituation befinde.

Promovierter Manager

Es ist hervorragend aufgemacht und für die Praxis eine wertvolle Hilfe. Sie haben sich da große Mühe gemacht und es nützt nicht nur für die Karriere, sondern bietet auch viel für den Manageralltag. Eigentlich müsste es Karriere- und Managerhandbuch heißen.

Marketingmanager

Finde es sehr spannend, kurz und knapp zu lesen.

Manager

Es lässt sich sehr entspannt lesen und vermittelt neben praktischen Tipps auch sehr viel menschliche Erfahrung. Besonders habe ich mich gleich auf die Kapitel Karrieremanagement und Karrierekiller gestürzt. In vielen Botschaften finde ich mich wieder, manche hätte ich gerne früher gekannt und vielleicht auch umsetzen können.

Professor

Es ist immer wieder erfrischend, Ihre Beiträge und Abhandlungen zu lesen.

Dank und Widmung

Dieses eBook widme ich meiner Ehefrau Elvira-Maria. Vierzig Jahre hat sie mich bei allen Aktivitäten bestens unterstützt und dabei ihre eigenen Interessen hinter meine Ambitionen gestellt. Ohne einen solchen Partner ist keine berufliche Höchstleistung möglich, das gilt für „Frau & Mann“ gleichermaßen.

Wählen Sie Ihren Partner mit Bedacht, wenn Sie Karriere machen möchten. Dies ist einer meiner wichtigsten Ratschläge an Sie als Leser meines eBooks.

Ihr Gerhard-Hermann Koch

2. Juni 2012

Wir empfehlen Ihnen

Illig Maschinenbau, Heilbronn
Bonduelle Deutschland, Reutlingen
Tesat-Spacecom, Backnang
SEW-Eurodrive, Bruchsal
Murrelektronik, Oppenweiler
Automotive Lighting, Reutlingen
Bahmüller Maschinenbau, Plüderhausen
Festo AG, Esslingen
Manz AG, Reutlingen
Ruetz Technologies, München
Schiller Automation, Sonnenalb
Valeo Wischersysteme, Bietigheim-Bissingen
Kontaktdaten alle Unternehmen

Index Start

Cover Bewerbungshandbuch
  Inhaltsverzeichnis
Cover Karrierehandbuch
  Inhaltsverzeichnis
Cover Verhaltenskunde
  Inhaltsverzeichnis
Cover Personalmarketing
  Inhaltsverzeichnis
Cover Exzellente Arbeitgeber
  Inhaltsverzeichnis
Information für Unternehmen
Wichtiges für Sie als Leser
Alle Leserbriefe
Zum Autor
Anlage Bildschirmfotos
Impressum
Inhaltsverzeichnisse - alle

Gerhard-Hermann Koch

BEWERBUNGS

handbuch

Langjähriges Erfahrungswissen aus Executive Search als Geschäftsführer und als Personalleiter.

Auszug aus einem Leserbrief:

„Sie haben durch Ihren feinen Sinn für Humor auch noch eine ungewöhnlich schöne und sehr präzise Ausdrucksweise, die das Lesen dieser Lektüre ausgesprochen vergnüglich werden lässt."

Bewerbungsmanagement
strategisch • taktisch • professionell

Editorial Bewerbungshandbuch

Seit vier Jahrzehnten mein tägliches Brot,
das Beurteilen, Bewerten und Einschätzen
von Menschen,
die auf der Karriereleiter nach oben streben.
Eine, trotz vieler Jahre Erfahrung
immer noch ziemlich spannende Aufgabe.
Es gibt bereits ziemlich viele Bewerbungshandbücher.
Warum habe ich trotzdem einen Ratgeber erstellt?
Die Bewerbungsratgeber, die ich kenne,
stammen von Bewerbungstrainern,
also von Menschen mit gutem Willen,
aber fehlender einschlägiger Praxiserfahrung.
Wo Wunschdenken die Praxis ersetzt,
kann ja durchaus Spannendes entstehen.
Viele lasen in ihrer Jugend gerne Karl May.
Ein Schriftsteller mit einer unglaublichen Fantasie.
Sollte ich jemals auf seinen Spuren reisen,
wäre mir allerdings eine Karte
vom Kartografen lieber.
Zehn Ärzte, zehn Diagnosen, heißt es.
Auch Personalmanager bewerten nicht
alles identisch.
Mein Bewerbungshandbuch
basiert auf langjähriger Praxiserfahrung
aus professionellem
Personalmanagement und Executive Search.
Die allgemein gültigen Grundregeln der Profis
sowie viele Hintergrundinformationen
finden Sie in meinem Bewerbungshandbuch.
Bewerben ist viel mehr als Handwerk!

Ihr Gerhard-Hermann Koch

1. Sich bewerben ist ein Handwerk

Inhaltsverzeichnis

In dem Ratgeber für die Stellensuche einer großen Stiftung, die sich als Mitbestimmungs-, Forschungs- und Studienförderungswerk versteht, steht in der Einleitung, dass „sich bewerben ein Handwerk wäre“ - und das ist das Problem. Schulungsinstitute schulen das, was für sie greifbar ist, das ist aber selten das Wesentliche. Ein auch viele Jahre für das Arbeitsamt tätiger Schulungsunternehmer und langjähriger Freund schrieb ein „Bewerbungshandbuch“, das als „Sehr empfehlenswert“ ausgezeichnet wurde. Er schickte es mir stolz zu. Natürlich führte ich mir das Buch zu Gemüte. Es stand viel Nützliches drin, aber natürlich nur wenig von dem, was ich als das Wesentliche bezeichne, denn das hätte eine langjährig fundierte Erfahrung und Insiderwissen aus der Praxis erfordert.

Handwerk ist Sichtwerk

Ein wirklich guter Handwerker ist für mich so viel wert wie ein hochgeistiger Wissenschaftler - nur der eine arbeitet mit der Hand an Dingen, die er sieht, der andere studiert, analysiert und bewertet vieles, was nicht immer sichtbar ist. Bewerben ist schon zu einem Stück Handwerk, das ist aber nur ein Kriterium.

Ihre Bewerbung bestimmt Ihren Lebenslauf

Eine handwerklich erstellte Bewerbung ohne vorhergehende Selbstreflexion, die Ermittlung dessen, was Sie können und was Sie nicht können, mit Gedanken über das, was Sie möchten oder nicht möchten, bleibt immer nur ein Stückwerk. Ich habe in vier Jahrzehnten viele tausend Bewerbungen in der Hand gehabt. Die Sichtung auch hunderter Bewerbungen geht schnell, denn das ist Handwerk. Wer hier Fehler macht, kommt natürlich erst gar nicht in die engere Auswahl. Nur die wenigen Unterlagen, die ausgewählt wurden, werden tiefgehend analysiert mit Fragen nach dem „woher“, „wo heute“ und „wohin voraussichtlich zukünftig“. Aber auch der fähigste Beurteiler erkennt vorwiegend nur das, was Sie ihm zeigen. Er folgt wie ein Fährtenleser Ihrer erkennbaren Spur und er versucht zudem wie ein Fährtenleser zu erahnen, was Sie sich wünschen, wie Sie wirklich denken und wie Sie deshalb auch voraussichtlich auf Ihrem weiteren Lebensweg handeln werden. Bewerben ist Zukunft. Ihre Zukunft, denn begangene Fehler baden letztlich Sie aus. Bewerben ist deshalb viel mehr als nur ein Handwerk. Bewerben ist der erste Schritt in Ihre zielorientierte berufliche Entwicklung, denn nur wenn Sie sich erfolgreich bewerben, erhalten Sie Ihre Wunschstelle bei Ihrem Wunscharbeitgeber. Deshalb kann der Erfolg oder Nichterfolg über Ihre Karriere entscheiden. Somit ist Ihre erfolgreiche Bewerbung für Sie durchaus von existenzieller Bedeutung. Oder wie Hamlet erkannte: To be, or not to be, that is the question.

Erfahrungswissen für Sie

Zwanzig Jahre suchte ich im Executive Search Führungskräfte und Spezialisten. Davor betreute ich als Mitglied der Geschäftsleitung und Personalleiter natürlich auch Mitarbeiter unterhalb dieser Ebene. Es spielt beim „Bewerben“ keine allzu große Rolle, ob Sie am Beginn Ihrer Laufbahn stehen. Ob Sie Abiturient oder Absolvent sind. Die Mechanismen sind stets dieselben. Ihr Lebenslauf ist dann naturgemäß halt etwas kürzer. Auch in den Feinheiten, ob ich mich als Mann oder Frau bewerbe, gibt es keine gravierenden Unterschiede. Frau muss also nicht Mann lernen, da die Rekruter diese Unterschiede ja sehr wohl kennen.

Sie müssen die See kennen

Wer hinaus will in die offene See sollte natürlich schon wissen, ob sein Kanu hochseetüchtig ist. Aber mindestens ebenso überlebenswichtig für ihn ist, dass er das Meer kennt. Wie verhält er sich bei Sturm, bei einem Orkan? Was passiert bei Windstille und wie wirken sich Strömungen in der Luft und im Wasser auf sein Boot und ihn aus. Das Bedienen eines Bootes ist Handwerk. Aber das ist ja nicht das Ziel. Sie wollen die Stelle erhalten, die sie begehren. In diesem „Bewerbungshandbuch“ schildere ich Ihnen meine Erfahrungen und meine Erkenntnisse aus professioneller Selektion in mehreren Branchen, Konzernen, Groß- und Mittelstandsunternehmen. Zum Bewerben gehört vorrangig das, was zu beachten ist, damit Sie keinen Schiffbruch erleiden sondern vielmehr zielorientiert Ihre Karriere fortsetzen. „Bewerbung & Karriere“ verhalten sich wie Ihre beiden Hände, erst zusammen bilden sie ein Ganzes.

Bewerbungsfachleute

Führende Bewerbungsratgeber las ich erstmals, als ich dieses Handbuch schrieb. Der beschriebene Aufbau der Bewerbungsunterlage ist überwiegend praxisgerecht. Nur, wenn jemand erfolgreich Fischen gehen will, nützt es ihm nur wenig, wenn er sich in der Farbwahl der Angelruten auskennt, da sollte er schon mehr wissen. Es kommt auf das Verhalten der beteiligten Parteien an. Das ist viel bedeutsamer. Es gibt Raub- und Friedfische. Und unter diesen Arten jeweils viele Unterarten. Der Wurm muss dem Fisch schmecken. Wie wahr, aber welcher Wurm schmeckt? Hübsch gestylte Bewerbungen, erinnern mich höchstens an bemalte Angelwürmer. Das bringt es jedoch nicht, wie Ihnen jeder gerne berichten wird, der selbst angelt. Fischen lernt man beim Fischer und Bewerben bei erfahrenen Personalfachleuten. Also eher nicht bei den „Sach“autoren, die Ihre abgeschriebenen Empfehlungen auch noch gerne zum Standard erklären. Wirkliches Fachwissen basiert auf einschlägiger langjähriger Praxis.

Ihr Anschreiben

In diesem Bewerbungshandbuch finden Sie einige Muster. In den Handbüchern für Bewerber sind die Musteranschreiben immer kommentiert. Die Kommentierung nimmt meist viel mehr Raum ein, als das Anschreiben selbst. Davon halte ich nichts. Es ist für Sie leichter nachvollziehbar, wenn Sie ein komplettes Originalschreiben mit einem von mir optimierten, unkommentierten Anschreiben vergleichen. Im Übrigen können Sie den Wert eines Anschreibens leicht so definieren: Es sollte für Menschen, die sehr viele Anschreiben lesen „müssen“, mühelos erkennbar sein, was Sie für ein „Käpsele“ sind. Das Käpsele (schwäbisch) bezieht sich auf die Anforderungen.

Der Lebenslauf

Schön, wenn in Ratgebern zwanzig und mehr Lebensläufe stehen. Sie unterscheiden sich allerdings meistens hauptsächlich in der Art der Darstellung. Mal schön, mal weniger schön. Entscheidend ist aber die Lesbarkeit und die Verständlichkeit. Es interessiert doch keinen Fisch, ob die Farbe Ihrer Angelrute rot oder grün ist. Ebenso wenig interessiert es den Personalmanager, ob Sie sich künstlerisch besonders angestrengt haben, zumindest dann nicht, wenn Sie sich für einen „Job“ bewerben, der solches nicht verlangt. Angemessenes wird verlangt und immer Beurteilbares. Die Form folgt der Funktion. Das gilt für Ihre erfolgreiche Bewerbung ganz besonders.

Die Gimmicks

Englische Herrenschneider werden Ihnen sagen, dass ein Gentlemen dann gut gekleidet ist, wenn man seinen Anzug nicht bewusst registriert. Auffallende Dandys genügen diesem Anspruch somit niemals. Dasselbe gilt doch auch für Bewerbungen. Perfekt sein, ohne durch Grelles unangenehm aufzufallen. Wertigkeit ohne Gimmicks. Das erreichen Sie nicht durch „nur“ Teures. Teures entspricht „Porsche statt Können“. Wertigkeit ist Können bezogen auf die vom Unternehmen gestellten Anforderungen. Rekruter beurteilen Sie aufgrund Ihrer Bewerbung. Wenn Sie die überzeugen wollen, sollten Sie schon verstehen, wie diese „ticken“. Sie sollten zudem eine Ahnung von der Komplexität eines Unternehmens besitzen. Menschen handeln nicht einfach nur so. Menschliches Handeln basiert auf Wünschen, vieles auch auf uns unbewussten Wünschen. Deshalb finden Sie in diesem Bewerbungshandbuch weit mehr, als nur „das Bewerben“ mit Anschreiben und Lebenslauf.

Suchen Sie sich einen Ratgeber

Die meisten Menschen sind bereit, viel Geld für wenig nützliche Dinge auszugeben. Man benötigt Statussymbole, damit man nicht gegen andere ins Hintertreffen gerät. Besonders junge Menschen, die in ihrer Karriere starten, wissen nichts über das, was sie in ihrer Berufslaufbahn wirklich erwartet. In Ihrem Berufsleben werden sie mit Fragestellungen konfrontiert, die Weichen für ihre Zukunft stellen. Natürlich kann eine Entscheidung für das falsche Unternehmen oder nicht optimale Entwicklungsschritte später korrigiert werden, aber das kostet Sie Zeit und beeinträchtigt die Geradlinigkeit Ihres Lebens- und Berufsweges.

Wie kommen Sie zu einem kostenlosen Ratgeber

Indem Sie die Augen offenhalten. Es gibt unter den Menschen, die Sie gut kennen, mit großer Sicherheit welche, die Ihnen uneigennützig mit Rat und Tat helfen würden vorausgesetzt, Sie bitten diese um Ratschläge. Viele Vorgesetzte bieten sich Ihnen als wohlwollende Ratgeber nicht nur für die Zeit an, in der Sie für diese arbeiten. Ein Kontakt zu solchen Vorgesetzten kann für Ihr weiteres Leben entscheidend sein, selbst dann, wenn er oder Sie das Unternehmen schon längstens verlassen hat. Auch viele sehr erfahrene Menschen, die in den Ruhestand verabschiedet wurden, freuen sich, wenn ihr Ratschlag wichtig ist, wenn sie selbst wieder bedeutsam sind.

Selbstbeweihräucherung in Auto-/Biografien

Politiker blicken ja besonders gerne auf ihre Erfolge während ihrer aktiven Zeit zurück. Solche Lebenserfahrungen nützen Ihnen nur im Ausnahmefalle, da meistens verbrämt. Für manche Wirtschaftsgrößen gilt eine hierzu durchaus identische Aussage. Im Nachhinein verklärt sich auch vieles in deren Leben. Sie erfahren somit wenig für Sie Relevantes. Eine größere Anzahl von Hochleistungssportlern kann Sie lehren, wie man durchhält, auch wenn die Situation ausweglos scheint und man dann letztlich doch triumphiert.

Ratgeber, die Sie Geld kosten

Ein medizinischer Checkup ist teuer aber nützlich, wenn er durch Fachärzte erfolgt. Eine Laufbahnbestimmung über einen professionellen Personalberater kostet auch Geld. Diese Anlage in Ihre Zukunft wird sich jedoch langfristig für Sie mehr als rentieren. Folge-Checkups können dann zeit- und kostensparend über das Telefon erfolgen. Wenn ich heute am Beginn meiner Karriere stünde, würde ich mir mit Sicherheit so einen Fachmann suchen, sofern mich nicht jemand kostenlos professionell berät. Überprüfen Sie jedoch vor Beauftragung die „Erfolgsstory“ Ihres

Beraters, denn unter Personal- und besonders auch unter Karriereberatern, finden sich vielfach gescheiterte Existenzen. In Interviews werden Sie als Bewerber oder Kandidat ja beurteilt und Ihr Potenzial eingeschätzt. Manch „cleverer“ Kandidat fragte mich zum Schluss des Interviews, was mein Rat für seinen optimalen Karriereweg wäre – auch so kommen Sie zu einem kostenlosen Ratschlag.

Und vielleicht die wichtigste Erkenntnis für Sie

Das Wichtigste habe ich leider auch erst nach vielen Jahren in voller Relevanz wirklich verstanden: „Pflegen“ Sie besonders diejenigen - und dies vor allem auch dann, wenn Sie Ihr Unternehmen wechseln, die für Sie karrierefördernd langfristig tätig werden könnten. Aufsteiger unter Ihren jetzigen oder ehemaligen Vorgesetzten und Kollegen werden Karriere machen - und wer Karriere macht, wird Sie dann nachholen, wenn Sie zu seinen loyalen „Begleitern“ zählen. Beziehen Sie hierbei auch die Personalberater ein, die Sie kennenlernten und als fähig empfanden.

2. Was passt zu Ihnen?

Inhaltsverzeichnis

Schon die Studienwahl bringt manchen fast um den Verstand

Nicht wenige wissen nach ihrem Abitur noch nicht, was sie studieren wollen. Die, die es wissen, treten häufig in die bequemeren Fußstapfen ihrer Eltern. Der erfolgreiche Arzt, Steuerberater oder Rechtsanwalt, dessen Praxis es in einigen Jahren zu übernehmen gilt. Oder erst die Sicherheit im Staatsdienst in Familien, in denen seit Generationen die Beamten dominieren. Das Arbeitsamt ist ja selten eine wirkliche Hilfe und auch die Gymnasiallehrer kennen sich mit dem Leben außerhalb der Schule selten aus. Es gibt eine Person, die Sie wirklich gut kennt und das sind doch Sie selbst. Prüfen Sie deshalb, welcher Weg Ihrem Können und Ihren Neigungen am besten gerecht wird, damit Sie nicht bereits am Anfang Ihres Berufsweges erkennen, dass dieser Ihren Interessen nicht entspricht.

Was liegt Ihnen, was machen Sie gerne?

Sie sollen Nachfolger werden. Das hat viele Vorteile, da Sie etwas übernehmen, was sich langjährig im Markt etabliert hat. Ihr Risiko minimiert sich hierdurch. Nur, ist es auch das, was Sie wirklich gerne und somit mit Freude machen wollen? Das Arbeitsleben besteht ja meistens nicht nur aus Dingen, die uns Spaß machen. Der überwiegende Anteil sollte uns aber liegen, da wir sonst schnell resignieren. Der eine Mensch geht gerne mit Zahlen um. Der andere ist eher musisch veranlagt. Werden zahlenorientierte Menschen Musiker, werden Sie keine Karriere machen. Musisch veranlagte Menschen eignen sich eher nicht für Aufgaben in der Buchhaltung. Prüfen Sie doch in aller Ruhe einmal für sich selbst, was Sie am allerliebsten machen.

Welche Aufgaben führen Sie ungern aus?

Was Ihnen keine Freude bereitet, werden Sie nur aus Pflichtbewusstsein erledigen. Sie werden es niemals mit der Begeisterung tun, die erst den höchsten Erfolg sichert. Schwächen, die Stärken so beeinträchtigen, dass Sie diese nur bedingt nützen können, müssen möglichst umfassend abgestellt werden. Ein Musikinstrument spielen viele, ohne dass sie Noten lesen können. Besonders in den Naturwissenschaften gibt es aber Anforderungen, die voraussetzen, dass Sie die höhere Mathematik beherrschen. Dasselbe gilt auch für Entwickler und Konstrukteure, denn ohne Mathe ist ziemlich schnell Schluss. Von den Mussanforderungen aber einmal abgesehen ist es wenig sinnvoll, wenn Sie sich überwiegend Ihren Schwächen widmen. Bauen Sie hierfür lieber Ihre Stärken aus. Erstens macht Ihnen das mehr Spaß und zweitens werden Sie hierbei erfolgreicher sein.

Welche Anteile, von dem was ich mag, bieten mir welche Jobs?

Mathematiker müssen rechnen. Allerdings ziemlich abstrakt. Mit dem kleinen Einmaleins hat das nur recht wenig zu tun. Manche Mathematiker beherrschen das angeblich auch kaum. Physik und Mathe, beides recht abstrakte Fächer. Beides kann man, zumindest im höheren Bereich, deshalb nur bedingt lernen. Entweder man hat hierfür die Begabung, oder man sollte es bleiben lassen. Wer Architekt oder Bauingenieur werden möchte, sollte für beide Fächer ein ausgeprägtes Faible haben. Denn selbst der Architekt gestaltet ja nicht nur. Auch Kaufleute müssen rechnen können. Speziell im Finanzbereich benötigen sie exzellente Fachkenntnisse in anspruchsvollen Teilbereichen der Mathematik. Wer als Modeschöpfer schöne

Kleider entwirft, benötigt keine Kenntnisse in der Statik. Rechnen muss er nur insoweit können, dass er wirtschaftlich überleben kann. Verkäufer müssen überzeugen können. Da kommt es auf das Auftreten und die perfekte Beherrschung der Kommunikation an. Die Beispiele lassen sich beliebig fortsetzen, da es hunderte von Berufen gibt. Vergleichen Sie für sich einfach einmal die Anteile bestimmter Berufe mit dem, was Sie persönlich gerne machen. Beziehen Sie hierbei aber mit ein, was Sie besonders stresst. Der Verkäufer muss Abschlüsse tätigen. Er hat einen hohen Abschlusszwang und das setzt auch gewiefte Verkäufer ganz schön unter Druck.

Welche Höhen möchten Sie erklimmen?

Es gibt Berufe, in denen man wesentlich leichter Karriere machen kann und welche, die einen schon eher in das stille Kämmerlein zwingen. Wie zum Beispiel Forscher. Forscher sind Spezialisten. Spezialist können nur hochbefähigte Menschen werden. Nur wenige, die als Spezialisten starten, schlagen später eine Führungslaufbahn ein. Wer bereits nach seinem Studium beabsichtigt, eine Führungslaufbahn einzuschlagen, sollte sich darüber klar sein, dass das von Beginn an Verzicht auf Freizeit bedeutet. Und dieser Verzicht auf Freizeit wird ihn sein gesamtes Berufsleben lang begleiten. Nur, wenn er es in die oberste Ebene schafft, hat er die Chance zum Golfspielen auch zu den Zeiten, wo die mittleren Manager im Office anwesend zu sein haben. Die Führungskräfte bezahlen immer mit Verzicht auf ein gemeinsames Familienleben. Abends kommt der Ehemann ausgebrannt und nur wenig gelassen ins traute Heim und das erfordert, dass auch seine Ehefrau seine Karriereambitionen mitträgt. Das gilt natürlich auch im umgekehrten Falle, wenn sie Karriere machen möchte.

Welche Branchen und Produkte ziehen Sie an?

Pazifisten eignen sich nicht besonders gut für Rüstungsbetriebe oder eine Laufbahn beim Militär. Die geborenen Militaristen sind in der Seelsorge wohl keinesfalls besonders fürsorglich. Wer sein Produkt anfassen möchte, sollte sich nicht auf kleinste Bauteile spezialisieren. Häuser sieht man. Brücken ebenso. Bei beiden erkennt man, was man geleistet hat. Ist der Schreibtisch abends leer, ist man ausgebrannt. Ein Ergebnis sieht man nicht.

Welche Unternehmensgröße passt zu Ihnen?

Die Großunternehmen sind unübersichtlicher als die mittelständischen Unternehmen. Das ist aber nur ein Aspekt. Bedeutsamer ist, dass die Mitarbeiter in großen Firmen meistens nur recht kleine Aufgabenbereiche bearbeiten. Allein am Rückspiegel arbeiten bei den Automobilherstellern bzw. ihren Zulieferern ganze Teams. Wer die Komplexität sucht, das breite Aufgabenfeld, eignet sich für den Mittelstand besser als für einen Konzern. Wer die Sicherheit sucht ist in einem Großunternehmen hingegen meist besser aufgehoben. Sicherheit meint hier nicht Arbeitsplatzsicherheit, sondern die Sicherheit, wenig falsch zu machen. In kleineren Unternehmen ist die Verantwortung höher, da nicht noch viele andere das Ergebnis kontrollieren.

Aufbruchsstimmung oder eher geruhsam?

Der klassische Beamte fühlt sich in einem expandierenden Unternehmen äußerst unwohl. Menschen, die gerne eigenverantwortlich arbeiten, die selbst etwas bewegen wollen, blühen erst in dynamischen Unternehmen auf, da sie nach neuen Ufern streben dürfen. Oder gar erst die Start-up-Unternehmen. Kein Stein bleibt hier lange auf dem anderen. Auf nichts ist Verlass. Heute sind Sie Verkäufer. Aber morgen benötigt man Sie in der Buchhaltung und übermorgen, wenn Sie Pech

haben, sind Sie auch schon wieder draußen. Start-up-Unternehmen sind unglaublich herausfordernd, wenn Sie damit klarkommen. Auch die Leistungsorientierung ist von Unternehmen zu Unternehmen verschieden. Es gibt Unternehmen, die fordern ihre Mitarbeiter ziemlich wenig. Alles ist geordnet. In anderen ist die Belastung des Einzelnen enorm. Vor allem, wenn er selbst Karriere machen möchte. Auch der Führungsstil ist von Unternehmen zu Unternehmen anders. Außerordentlich sozial und leistungsorientiert müssen sich hierbei nicht ausschließen. Nach außen soziale Unternehmen sind es oft gegenüber den Mitarbeitern keinesfalls.

Lieber gehaltvolle Landluft oder mehr gediegenes Großstadtflair?

Der eine liebt das Landleben. Der andere ist eine ausgewiesene Großstadtpflanze. Solches spielt auch in eine langjährige Arbeitszufriedenheit erheblich mit hinein. Selbst die Ehefrau, oder die lieben Kinder, können zufriedene Menschen so quälen, bis sie beruflich dorthin wechseln, wo die Familie sich wohlfühlt. Mädchen wollen reiten, da eignet sich das Landleben. Die Buben haben aber vielleicht Interessen, denen sie nur in einer größeren Stadt frönen können. In der Stadt sind die Mieten teurer als auf dem flachen Land, wo oft auch noch die Einkaufspreise niedriger sind. Bei den explodierenden Spritpreisen spielen aber auch die Fahrtkosten eine immer stärkere Rolle.

Teamarbeit oder lieber eine abgeschirmte Grüblerecke?

Manager, die der Vertraulichkeit wegen, „notgedrungen“ in Einzelbüros sitzen, schwärmen gerne von den Vorteilen des Großraumbüros für ihre Mitarbeiter. Wen die Unruhe im Großraum nervt, sollte dies in seine Überlegung ebenfalls mit einbeziehen. Hektiker schätzen es, wenn um sie herum auch etwas los ist.

Der einzige mit High-Potential oder viele?

Sich messen kann man natürlich nur an seinesgleichen. In kleineren Unternehmen finden sich nur wenige, die dem elitären Anspruch eines High-Potentials entsprechen. In Konzernen und Großunternehmen trifft man vergleichbare hingegen in Scharen. Konkurrenzkampf soll Spaß machen. Manche wollen aber lieber arbeiten als kämpfen. Man wird schon besser, wenn man mit besonders intelligenten Mitmenschen verkehrt. Nicht jedoch, wenn sich Kluge nur dadurch auszeichnen, dass sie sich wichtigmachen.

Ohne Einkommen kein Auskommen

Traditionell sind die Gehälter in einigen Branchen hoch, in anderen Branchen mäßig. Das hängt natürlich auch damit zusammen, was die Unternehmen in einer Branche an Wertschöpfung besitzen. Unternehmen mit geringem Gewinn zahlen schlechter. Geld allein macht ja bekanntlich nicht glücklich. Besonders die Unternehmen, die in einer Branche tätig sind, in der nur wenig verdient wird, sind oft auch Arbeitgeber, die wenig Spielräume in der Entwicklung ihrer Mitarbeiter besitzen. Es fehlt an Geld. Es wird gespart an allen Ecken und Enden. Selbst Einstellungen erfolgen unter dem Gesichtspunkt, wen können wir uns leisten und nicht, wen müssten wir uns leisten.

3. Fragen zur Selbstfindung

Inhaltsverzeichnis

Werdegang

Wie verlief Ihre schulische Entwicklung?
Entsprach Ihr beruflicher Werdegang im Wesentlichen Ihren Zielvorstellungen?

Erfolge und Misserfolge

Auf welche persönliche Leistung sind Sie besonders stolz?
Welche für Sie wichtigen persönlichen Ziele konnten Sie nicht realisieren?
Wie haben Sie Ihre größten Erfolge erreicht?
Was hat Misserfolge verursacht?
Welche positiven / negativen Einflüsse erwarten Sie zukünftig?
Welche Personen fördern oder behindern Sie?
Wem nutzen Sie und wie können Sie diesen Nutzen verbessern?
Wenn Sie noch einmal neu beginnen könnten, was würden Sie anders machen?

Ihr Profil

Wenn Sie die Allmacht hierzu besäßen, was würden Sie ändern?
Wo möchten Sie in 5 Jahren beruflich stehen?
Welche besonderen Fähigkeiten besitzen Sie?
Überschlafen Sie wichtige Entscheidungen?
Wie belohnen Sie sich für Erfolge?
Fühlen Sie sich häufig unterfordert?
Wie reagieren Sie auf Überforderung?

Ihre Wesensart

Was ist Ihre Lieblingstierart?
Haben Sie ein Lebensmotto?
Was regt Sie auf?
Was sagt man Ihnen nach?
Wirft man Ihnen gelegentlich mangelnde Diplomatie vor?
Fühlen Sie sich allein, unter Menschen, oder in Ihrer Familie wohler?
Wie agieren Sie, wenn Sie angegriffen werden?
Mit welchem Menschentypus kommen Sie gut bzw. nicht gut zurecht?

Selbstbild und tatsächliches Bild

Was gefällt Ihnen selbst an sich besonders gut?
Gibt es Verhaltensweisen, die Sie ändern möchten?
Wie sehen Sie sich selbst - Realbild?
Wie würden Sie sich gerne sehen - Idealbild?
Wie beurteilt Sie Ihr Partner? Fragen Sie ihn!
Wie sieht Sie Ihr Chef? Welche Rückmeldungen haben Sie bekommen?
Welche Erwartungen hat Ihr Chef an Sie? Wofür stehen Sie bei ihm?

Wie werden Sie von Arbeitskollegen eingeschätzt?

Welche Erwartungen haben Ihre Arbeitskollegen an Sie?

Sie landen auf einer unbewohnten Insel, welche Position in der Gruppe übernehmen Sie?

Haben Sie Vorbilder?

Stimmt Ihr Outfit mit Ihrem beruflichen Ziel überein?

Gesprächsstrategie

Beherrschen Sie Smalltalk?

Formulieren Sie Gesprächsinhalte stets positiv?

Freizeit und Hobbys

Welche Rolle nehmen Sie im Privatleben ein?

Welche Rolle nehmen Sie für andere ein?

Wie können Sie wirklich abschalten?

Welche Hobbys üben Sie aus?

Werden Sie auch in Ihrer Freizeit lieber beruflich orientiert tätig?

Führen Sie eine Wertedebatte mit sich selbst

Was streben Sie wirklich an? Ist Ihnen Sicherheit wichtiger als Finanzielles?

Sind Sie eher ein Spezialist, der für sich alleine arbeiten möchte?

Suchen Sie die Gemeinschaft anderer oder eine weitgehende Freiheit?

Möchten Sie Macht ausüben und andere Menschen führen?

Erst wenn Sie wirklich wissen was Sie anstreben, können Sie sich so orientieren, wie es Ihrer Wesensart und Persönlichkeit entspricht.

Verzagen Sie nicht bei Misserfolgen

Gehen Sie auch mit sich selbst verständnisvoll um. Nicht jeder muss und kann immer nur der Erste sein. Sie sollten bei Misserfolgen immer gestärkt aus diesen herausgehen. Sie haben in diesem Falle nicht nur verloren - Sie haben auch dazu gelernt. Sehen Sie deshalb Misserfolge auch als Chance, die neue Wege eröffnet. Wie oft haben Sie es schon selbst erlebt, dass scheinbare Misserfolge sich nach einiger Zeit in total neue Möglichkeiten und Chancen verwandelten? Vieles, von dem was schiefgeht, ging schief, weil die Zeit hierfür noch nicht reif war - weil Sie vielleicht zu ungeduldig waren, um abzuwarten. Beate Baumann, Büroleiterin unserer fast allseits geschätzten Kanzlerin, definierte als die herausragende Stärke der Frau, das „Abwarten können“.

Setzen Sie sich Prioritäten

Prüfen Sie, was Ihnen an Ihrer Situation tatsächlich am meisten missfällt. Gewichten Sie diese Punkte und versehen Sie sie mit Prioritäten. Nehmen Sie nicht alle gleichzeitig in Angriff - bleiben Sie auch hier realistisch. Wer sich zu viel auf einmal vornimmt, verzettelt sich schnell. Ein Messer schneidet nicht mit der Breitseite, sondern mit der extrem schmalen Schneide. Je schmaler, je weniger Material, umso schärfer. Weniges, das aber perfekt, ist besser als sehr vieles gleichzeitig und dafür alles nur ein „bisschen gut“. Der scharfe Schnitt bleibt in Erinnerung, nicht der wenig schmerzhafte Druck der Breitseite. Lernen Sie vom Messer.

Stärken und Schwächen

Stark sind die, die ihre Stärken nützen und weiter optimieren.

Schwach bleiben diejenigen, die mühselig und oft ergebnislos ihre Schwächen versuchen auszumerzen; denn schwach sind wir ja in dem, was uns nicht liegt.

Gestalten Sie sich „krisenfest“

Nur dumme Menschen fürchten sich niemals vor der Zukunft. Krisen sind Bestandteil eines jeden beruflichen und privaten Lebens.

Einschätzung Ihrer beruflichen Interessen

Wenn Sie technisch orientiert sind,

nehmen Sie am liebsten überwiegend technische Aufgabenstellungen wahr.

Technische Probleme zergliedern Sie begeistert, um diese dann schrittweise zu lösen.

Wenn Sie zahlenorientiert sind,

lieben Sie in allen Aufgabenstellungen am meisten den Bereich der Zahlen.

Sie erkennen stets vorrangig die Ansätze, die über Zahlen lösbar sind.

Wenn Sie theoretisch und konzeptionell orientiert sind,

abstrahieren und zergliedern Sie am liebsten komplexe Sachverhalte.

Sie interessieren sich für Theoretisches und weniger das Praktische.

Wenn Sie kreativ orientiert sind,

gehen Sie am liebsten neue Wege, Neues zu erproben und Durchdenken bereitet Ihnen Freude, Ihr Interesse an bestehenden Lösungen ist dann eher begrenzt.

Wenn Sie eher unterstützend orientiert sind,

möchten Sie anderen Menschen helfen und streben nach Werten für die Gesellschaft.

In Arbeitsgruppen sind Sie derjenige, der meist die vermittelnde Rolle einnimmt.

Wenn Sie Führungsambitionen besitzen,

pflegen Sie Beziehungen, um diese dann zu Ihrem Nutzen einsetzen zu können.

Sie begeistern sich für gemeinsame Ziele und kontrollieren die Zielerreichung.

Wenn Sie machtorientiert sind,

finden Sie Ihre Befriedigung darin, andere einzusetzen und zu kontrollieren.

Sie streben dabei stets nach einer umfassenden Führungsverantwortung.

Wenn Sie Freude an zielgerichteter Kommunikation haben,

begeistern und überzeugen Sie gerne andere Menschen in Wort und Schrift.

Sie schätzen darüber hinaus eine offene und unkonventionelle Kommunikation.

4. Stellenwechsel

Inhaltsverzeichnis

Grundsätzliches

Jede Entscheidung muss sorgfältig abgewogen und auf Konsequenzen hin geprüft werden. Stellenwechsel sind besonders schwerwiegende Entscheidungen und dürfen niemals aus einer augenblicklichen Frustration oder Verärgerung heraus vollzogen werden.

Situationsanalyse

Vor jedem gewollten Wechsel einer Stelle sollte eine detaillierte Analyse stehen. Fragen Sie sich bewusst, was ist Ihre wirkliche Motivation für den Stellenwechsel? Rechtfertigen Ihre Zielsetzungen objektiv das hiermit immer verbundene Risiko?

Wechselgründe

Zunehmend werden Menschen Stellenwechsel unfreiwillig von außen aufgezwungen. In diesen Fällen erübrigt sich somit eine Erforschung der Ursachen bzw. Motivation. Bei freiwilligen Wechseln sollten Sie jedoch alle Gründe hierfür schriftlich erfassen.

Anforderungen an die neue Stelle

Wer aus Verärgerung wechselt, will nur noch weg und begeht deshalb meist Fehler. Wer strategisch überlegt wechselt, macht sich zuerst die Anforderungen bewusst. Notieren Sie schriftlich alle Zielsetzungen, die mit dem Wechsel zu erreichen sind.

Entscheidungsanalyse

Bewerben Sie sich nur auf Stellen, die voraussichtlich Ihren Zielsetzungen entsprechen. Stellen Sie im Bewerbungsgespräch präzise die Fragen, die Ihre Ziele verdeutlichen. Prüfen Sie, ob tatsächlich alle Punkte entfallen, die für Sie jetzt der Wechselgrund sind.

Risikoanalyse vor dem Vertragsabschluss

Hochqualifizierte Menschen mit Potenzial finden meist schnell eine Stelle. Auch Arbeitgeber möchten solche Mitarbeiter gerne gewinnen und negieren deshalb die Anforderungen des Bewerbers, die für sie erkennbar nicht realisierbar sind. Überlegen Sie sich deshalb vor dem Stellenwechsel, was passiert, wenn es nicht klappt. Erarbeiten Sie eine Notfallstrategie für den Fall, dass Sie in der neuen Stelle scheitern. Ihre Strategie sollte Branchen, Unternehmen und mögliche Lebensräume beinhalten.

Situationsanalyse

Gründe für den Stellenwechsel:

Zielsetzungen, die mit dem Wechsel zu erreichen sind

Muss:

Wünschenswerte:

Weshalb ist dies im derzeitigen Unternehmen nicht realisierbar?

Anforderungen an die neue Stelle

Branche / Art des Unternehmens:

Hinsichtlich der Vorgesetzten:

Wünschenswerte Kollegen / Mitarbeiter:
Verantwortung und Kompetenzen:
Familiäre Erfordernisse:
Was darf definitiv nicht gegeben sein?

Risikoanalyse vor dem Vertragsabschluss

Faktoren, die hohe Risiken bergen könnten:
Überschaubare Risiken:
Kurzfristige Konsequenzen bei Scheitern:
Längerfristige Konsequenzen:

Notfallplan

Branchen:
Position:
Räumlich:

5. Anzeigenanalyse

Inhaltsverzeichnis

Stellenanzeige

Personalnummer 001

Geschäftsführer/in marketingorientiert

Mitte 2012 werden wir auf internationalen Messen das „revolutionäre“ Produkt vorstellen und danach sofort vermarkten. Aus Gründen der Sicherheit bzw. der Geheimhaltung arbeiten wir derzeit „Top-Secret“. Eingeweiht ist nur ein sehr kleiner Personenkreis. Sie können dazugehören. Die Vermarktung wird europaweit stattfinden. Sie werden hierfür die Strategie entwickeln und das operative Geschäft vorbereiten und aufbauen. Ich begleite Sie von der Holding aus, stelle Ihnen alle notwendigen finanziellen Mittel sowie das Produkt inklusive Produktionsstätte zur Verfügung. Unser Produkt erweitert den Einsatz von Nutzfahrzeugen um eine neue, noch nicht am Markt befindliche Dimension. Aufgrund unserer Marktstudien sind wir sicher, dass wir mit diesem Produkt sehr kurzfristig einen erheblichen Marktanteil im europäischen Bereich erreichen werden. Was erwarte ich von Ihnen: Ich suche einen Unternehmer, der meine Erfolgsstory mit einer exzellenten Ausstattung wiederholen kann. Sie sollten Stratege, Planer und Macher sein. Sie werden den europaweiten Vertrieb mit allen notwendigen Stützpunkten aufbauen. Dies beinhaltet die Komponenten Verkauf und Vermietung von Fahrzeugen plus Zusatznutzen - sprich unser Produkt. Vom Background her sollten Sie Marketingfachmann sein und aus der Automobilwirtschaft oder der Vermietung von Pkws bzw. von Nutzfahrzeugen kommen. Ihr zeitlicher Einsatz wird erheblich sein. Ihr Einkommen wird dem entsprechen. Ich biete Ihnen die einmalige Chance, ein bedeutendes Unternehmen aufzubauen. Wir befinden uns südlich von Frankfurt. Bitte bewerben Sie sich über Herrn Koch, er ist von mir mit der Auswahl beauftragt. Starten Sie mit mir durch! Als langjähriger, europaweit erfolgreicher Unternehmer beabsichtige ich eine neue Geschäftsidee zu realisieren und ein weiteres bedeutendes Unternehmen aufzubauen. Sie sind der „Erste Mitarbeiter“ dieses Unternehmens.

Anzeigenanalyse Personalnummer 001

Background

Der Unternehmer ist langjährig erfolgreich tätig und offensichtlich gewillt „verdientes“ Geld erneut zu investieren - gesucht wird somit kein typischer Besitzstandswahrer.

Zielsetzung

Der Unternehmer will ein weiteres „bedeutendes Unternehmen“ aufbauen - hier ist der Manager gefragt, den man üblicherweise als „Aufbaumanager“ sieht.

Personalnummer 001

Ein Aufbau ab der Stunde „0“ verlangt einen Manager, der bereit ist, auch im Detail zu arbeiten - ohne die große Linie aus dem Auge zu verlieren. Gefragt ist somit der Stratege und der Macher.

Vermarktung

Die Vermarktung erfolgt europaweit - gefordert ist ein Manager, der sich europaweit bewegen kann und mit internationalen Märkten Erfahrung besitzt.

Nutzfahrzeuge

Eine Erfahrung aus dem Fahrzeugbereich ist zwingend - genannt sind Pkws bzw. Nutzfahrzeuge plus Stützpunktaufbau, was Händlererfahrung bedeutet.

Marketingfachmann

Das Produkt scheint in seiner Entwicklung weitgehend abgeschlossen, es soll nunmehr vermarktet werden - gefragt ist also vorwiegend der Vertriebsmanager.

Altersangabe

Anfang 30 bis Mitte 40 besagt, dass ein Mann gesucht wird, „der etwas werden will“. Ein Manager, der bereits sehr erfolgreich ist, wird sein sicheres „Nest“ nicht verlassen.

Risiko

Die Vermarktung eines neuen Produktes beinhaltet Chancen und Risiken. Bleibt die Vermarktung erfolglos - steht der Geschäftsführer zur Disposition.

Stellenanzeige

Alleingeschäftsführer/in

Automobilzulieferer

Unsere Produktpalette in den Bereichen Sicherheitstechnik plus Zubehör ist in der Automobilindustrie langjährig bestens eingeführt. Unser Unternehmen hat in der Branche einen hervorragenden Ruf für besonders innovative Produkte - und wir erschließen kontinuierlich neue Anwendungsbereiche. Wir bieten einer Unternehmerpersönlichkeit eine herausragende Chance die Zukunft unseres Unternehmens zu gestalten. Sie werden hierbei von hochqualifizierten und langjährig im Unternehmen tätigen Führungskräften und Mitarbeitern tatkräftig unterstützt. Der Schwerpunkt Ihrer Aufgaben liegt im technischen Bereich. Hierzu zählen die Produktentwicklung, die Logistik und besonders die Produktion. Im Vertrieb sowie im kaufmännischen Bereich verfügen Sie über besonders erfahrene, hochqualifizierte Geschäftsleitungsmitglieder. Wir erwarten eine umfassende Erfahrung in den genannten Fachbereichen. Sie müssen über Kreativität, technisches Können sowie über eine herausragende unternehmerische Fähigkeit verfügen. Unsere mehr als 500 Mitarbeiter wünschen sich wiederum einen Chef, der ihre Belange ernst nimmt und diese dann auch berücksichtigt. Unser Standort befindet sich südlich der Landeshauptstadt München. Bitte bewerben Sie sich mit aussagefähigen Unterlagen. Unser Berater Herr Gerhard-Hermann Koch gibt Ihnen telefonisch gerne weiterführende Hintergrundinformationen zu dieser Position. Sie erreichen ihn zwischen 18 und 21 Uhr - auch am Wochenende.

Anzeigenanalyse Alleingeschäftsführer/in

Branche

Ein Automobilzulieferer sucht naturgemäß einen hierin erfahrenen Manager. Hat dieser zudem seinen Erfahrungsschwerpunkt in der Sicherheitstechnik, besitzt er für diese Aufgabe schon einen herausragenden Nutzen.

Alleingeschäftsführer

Das Unternehmen wird und soll wieder von „einer“ Persönlichkeit geführt werden. Es gibt erfahrene, hochqualifizierte Führungskräfte. Die Entscheidungskompetenz soll jedoch bei einer einzigen, unternehmerisch überragend befähigten Person, gebündelt werden.

Perspektive

Das Unternehmen hat in der Branche einen hervorragenden Ruf und ist sehr innovativ - keine Umsatzangabe - es dürfte aber wirtschaftlich gesund sein. Mittelständler veröffentlichen überwiegend keine Umsatzzahlen, um die Konkurrenz nicht ebenfalls zu informieren.

Aufgabe

Der Schwerpunkt liegt im technischen Bereich - gesucht ist also der Manager, der in der Technik erfahren ist und bei der Art der Aufgabe über ein Studium verfügt.

Umfassende Erfahrung

Eine umfassende Erfahrung bedeutet immer auch eine sehr langjährige. Die geforderte Kreativität bezieht sich hier vorrangig auf die Produktentwicklung. Das Unternehmen lebt von Innovationen und der Manager muss dem entsprechen.

Mitarbeiter

500 Mitarbeiter wünschen sich einen Chef, der ihre Belange ernst nimmt. Demnach ein Familienunternehmen, das vom Gründer selbst geführt wird. Der Patriarch wünscht sich einen „menschlichen“ Nachfolger, keinen Technokraten.

Eigentümerverhältnisse

Offen bleibt, wie die Besitzverhältnisse sind - bestehen mehrere Eigentümerfamilien? Auch die Frage einer Kapitalbeteiligung wird zunächst noch nicht angesprochen.

6. Bewerbungsfehler

Inhaltsverzeichnis

Unfehlbare

Es gibt Menschen, die erstellen in kurzer Zeit 50 und mehr erfolglose Bewerbungen. Spricht man mit ihnen, nennen sie viele Gründe für ihre fortgesetzte Erfolglosigkeit. Unter den vielen Begründungen findet sich selten eine, die die eigene Person mit einbezieht. Vorwiegend ist der schlechte Arbeitsmarkt schuld oder auch die Personalmanager, die nicht befähigt sind, ihre persönliche und fachliche Qualifikation zu erkennen. Als Perfekte müssen sie auch die von ihnen erstellten „Werke“ keinesfalls nachprüfen. Ihr Anschreiben weist deshalb Rechtschreibfehler und der Lebenslauf Zahlendreher auf. Da sie nach ihrer Meinung alles richtig machen, erkennen sie niemals was falsch läuft.

Erfolgreiche

Jeder Erfolg beginnt mit einer fundierten Selbsterkenntnis über das wirkliche Können. Wer weiß, was er nicht kann, hat hierzu schon einen entscheidenden Schritt vollzogen. Wer sich nur auf die Stellen bewirbt, für die er qualifiziert ist, erhält weniger Absagen. Weniger Absagen verbessern das Selbstwertgefühl erheblich und erhöhen so das Selbstvertrauen. Ein hohes Selbstvertrauen überträgt sich unbewusst auf unsere gesamte Darstellung. Diese Aussage gilt natürlich besonders für den Inhalt „überzeugender“ Anschreiben.

Deprimierte

Anschreiben, die unter großem innerem Druck erstellt werden, spiegeln dies wider. Beurteiler erkennen die persönliche Zerrissenheit und sortieren die Bewerbung aus. Erstellen Sie einige Musteranschreiben in einer Phase, in der Sie sich wirklich wohlfühlen. Entnehmen Sie aus diesen die Formulierungen, die Ihnen hervorragend gelungen sind. Entsprechend den jeweiligen Anforderungen modifizieren Sie Ihr Anschreiben solange, bis Sie selbst uneingeschränkt damit zufrieden sind.

Frustrierte

Menschen, die davon überzeugt sind, dass ihre Arbeit keinesfalls zum Erfolg führt, arbeiten immer nachlässiger und dies gilt in besonderem Maße auch für Bewerbungen. Wer seine Bewerbungsunterlagen jedoch unvollständig und nachlässig erstellt scheitert. Je öfters jemand scheitert umso weniger ist er bereit, hierfür Mühe aufzuwenden. Somit beginnt ein Teufelskreis aus nachlässigen Bewerbungen und kurzfristigen Absagen. Und das Selbstvertrauen bröckelt mit jedem Misserfolg weiter. Ein Teufelskreis beginnt.

Unsichere

Wer an sich selbst zweifelt oder es sich leisten kann, beauftragt selbst einen Berater. Von professionellen Karriereberatern gibt es sicher gut erarbeitete Bewerbungen. Personalmanagern und -beratern fallen naturgemäß nur die auf, die überzeichnet wurden. Bewerber, die erkennbar „professionelle“ Hilfe in Anspruch nehmen, scheitern oft. Also wenn schon einen „Profi“, dann einen, der sein Handwerk wirklich versteht.

Überflüssiges

Die ersten, die im Allgemeinen die Bewerbungen erhalten, sind Personalfachleute. Dies können Personalmanager oder auch mit der Suche beauftragte Berater sein. Beide Berufsgruppen verfügen meist über wenig Zeit und selten über viel Geduld. Erkennen Sie nicht in Sekunden das Profil, wird die Bewerbung abschlägig beschieden. Verzichten Sie also auf jede Art von Floskeln und literaturpreisverdächtigen sprachlichen Konstrukten - arbeiten Sie lieber „wortoptimiert“. Für Bewerber gilt: Wir spielen keinen „schönen“ Fußball - wir wollen gewinnen.

Bescheidene

„Alles weitere können Sie meinen beigefügten Unterlagen entnehmen“, lese ich oft. Das ist ein sicheres Kriterium dafür, dass Sie Ihre Unterlagen sofort zurückerhalten. Beginnen Sie mit dem Wichtigsten, das ist das, was Sie für die Firma wertvoll macht. „Als 42-jähriger Geschäftsführer konnte ich den Umsatz jährlich um 15% steigern“. Führen Sie nicht alles auf, was Sie können, sondern nur das, was bedeutsam ist. Das Auge schaut nur flüchtig, aber die „Blondine“, erweckt sofort unser Interesse.

Ausführliche

Viele Menschen nehmen sich sehr ernst - und dies gilt besonders für ihre Beweggründe. Sie schildern diese deshalb im Anschreiben als Erstes einzeln und jeweils ausführlich. Dann begründen sie Punkt für Punkt, warum sie von ihrer Eignung überzeugt sind. Selbstverständlich greifen sie auch fehlende Kenntnisse sorgfältig auf und beweisen aus ihrer Sicht sehr stichhaltig, warum diese für die Stelle nicht erforderlich sind. Solche Menschen geben sich mit ihrer Bewerbung meist mehr Mühe als Geeignete. Seelenforscher haben an ihnen ihre reine Freude - alle anderen sortieren solche aus.

Kritiklose

Selbst sehr kritische Menschen lassen beim Bewerbungsfoto gerne „Fünfe gerade sein“. Manchmal hat man den Eindruck, dass viele ihr Foto schnell „draufpappen“ damit auch dieser Punkt - wenn auch nicht sehr zufriedenstellend - abgehakt werden kann.

Taktiker

Schlechte Zeugnisse lässt man weg und glänzt lieber mit wertlosen Bescheinigungen. Dieser Eindruck drängt sich auf, wenn man so manche Bewerbung „durchblättert“.

Trickser

Durch möglichst komplizierte Darstellungen werden fehlende Zeiten kaschiert. Die Detektive unter den Personalmanagern prüfen nach, die anderen haken die Bewerbung ab. Eine Täuschung gelingt selten und die Nachteile gegenüber Ehrlichkeit überwiegen mit Sicherheit.

Kriminelle

Wer Zeugnisse abändert verschafft sich vermeintlich einen Vorteil indem er betrügt. Auch schlechte Zeugnisse kann man mit einem „optimalen“ Berufsweg korrigieren. In der Geschichte gibt es viele Beispiele für „Spätstarter“ mit exzellenter Lebensbilanz.

Bewerbungsmappen

Bei einem meiner Kunden wirkte eine „renommierte“ Outplacementberatung. Der Personalchef hat mir die Bewerbungsmappen gezeigt, die diese ausgewählt haben. Wäre ich der Personalverantwortliche hätte ich als erstes die Outplacer „outplact“. Wer positiv auffallen will, verwendet Klarsicht-Klemmmappen in der richtigen Farbe. Die Farbe hängt davon ab, für welche Position Sie sich in einem Unternehmen bewerben. Nur Künstler sind „farblich“ frei, ansonsten empfiehlt sich schwarz, weiß, blau, rot.

Dankbare

Im Leben ebenso wie beruflich gescheiterte Menschen appellieren an das Mitgefühl. Sie versuchen es über die Mitleidstour, da das Leben sie schon so „geschlagen“ hat. Für eine neue Lebenschance seien sie dankbar - doch Undank ist des Helfers Lohn.

Extrovertierte

Stellen sich erst einmal telefonisch vor, um sich bitten zu lassen, sich zu bewerben. Deshalb stellen sie dem Personalfachmann zunächst einmal ihr Können ausführlich dar. Personalmanager werden durch überflüssige Anrufe lediglich unnütz gestört. Sie bitten den Anrufer deshalb meist leicht genervt, seine Bewerbung zu schicken. Das Ergebnis ist somit gleich „0“, da keine neuen Erkenntnisse gewonnen werden. Anrufen dürfen Sie, wenn Sie wichtige Fragen über den Anzeigentext hinaus haben.

Mafiosi

Teilen erst einmal mit, dass sie mit wichtigen Personen im Unternehmen bekannt sind. Somit stellen sie sicher, dass sich niemand „traut“, ihnen eine Absage zu erteilen.

Ungeduldige

Schicken ihre Unterlagen ab und rufen nach zwei Tagen an, ob diese auch eintrafen. Besonders Fürsorgliche erkundigen sich dann auch noch, „ob etwas fehlen würde“. Beide Verhaltensweisen sind nicht intelligent, da sie unnütze Aufwände verursachen. In einer Bewerbung erbringt ein solches Vorgehen somit einen „Malus“.

Rechthaberische

Erkundigen sich nach kurzer Zeit, warum sie noch keine Einladung bekommen haben, indem sie den Entscheidern sagen, dass ihre Bewerbung passt, machen sie diese brotlos. Personaler reagieren auf solches Verhalten gerne mit einer liebenswürdigen Absage.

Belehrende

Erhält ein solcher eine Absage, teilt er dem Absagenden mit, dass er einen entscheidenden und sein Unternehmen langfristig schädigenden Fehler begangen habe.

Prozessfreudige

Fühlen sich stets benachteiligt und prozessieren bei einer Absage gerne. Dies ist der Grund, warum Unternehmen keine Absagegründe mehr ehrlich nennen.

7. Bewerbungstelefonate

Inhaltsverzeichnis

Vermeiden Sie unnütze Anrufe

Die Belastung der Personalmanager ist hoch. Anrufe sind nur dann erwünscht, wenn diese für das Unternehmen nützlich sind. Anrufe, die nur der eigenen Wichtigtuerei dienen, fallen ganz sicher nicht hierunter. Unnötige Anrufe empfinden Personalmanager als störend.

Telefonieren Sie nur konzentriert

Die Haltung, die Sie am Telefon einnehmen, kann Ihr Gesprächspartner hören. Prüfen Sie selbst, Sie werden heraushören, ob sich Ihr Gesprächspartner im Sessel lümmelt, ob er aufrecht sitzt oder gelangweilt aus dem Fenster schaut. Abgelenktes Verhalten beeinflusst die Betonung und die Sprechweise. Wenn Sie telefonieren, sollten Sie sich vorstellen, dass Ihr Gesprächspartner Ihnen gegenüber sitzt oder steht - telefonieren Sie selbst stehend, wirkt dies dynamischer.

Sie rufen aufgrund einer Stellenanzeige an

Auf eine Stellenanzeige bewerben sich oftmals viele Bewerber. Würden alle hiervon anrufen, würde die Telefonleitung des Personalmanagers glühen. Auch hier gilt, rufen Sie nur an, wenn Sie „wesentliche“ Fragen über den Anzeigentext hinaus haben - kein Personalmanager wiederholt gerne den Anzeigeninhalt. Einige der weniger qualifizierten „Bewerbungsfachleute“ versuchen zu suggerieren, dass zusätzlich Anrufende hierfür einen Bonus erhalten - das ist natürlich selten der Fall, das Risiko eines Malus ist wahrscheinlicher.

Sie rufen an, um nachzufassen

Die Selektion der eingegangenen Bewerbungen erfolgt entsprechend einer ABC-Analyse. Die am besten geeigneten Bewerber der Kategorie „A“ werden kurzfristig eingeladen. Die dem Anscheine nach ungeeigneten Bewerber „C“ erhalten kurzfristig eine Absage. Nur die Bewerber, die mit „B“ bewertet wurden, müssen gelegentlich etwas warten. Rufen „B“-Bewerber während eines solchen Ablaufes an, um nachzufassen, riskieren sie eine Absage, wenn das Nachfassen als störend empfunden wird. Wer sich telefonisch erkundigt, ob zusätzliche Unterlagen erforderlich sind, beweist damit lediglich, dass er nicht fähig ist, dieses selbst richtig einzuschätzen. Und wer für ihn persönlich Wichtiges nicht richtig einschätzen kann, kann das auch beruflich nicht.

Telefoninterview durch ein Unternehmen

Zunehmend führen Unternehmen vorab auch Telefoninterviews durch. Erst danach findet ein persönliches Interview im Unternehmen statt. Telefoninterviews werden telefonisch oder per E-Mail angekündigt und vereinbart.

Optimieren Sie die Ansage Ihres Anrufbeantworters

In einer Bewerbungsphase müssen Sie immer mit einem Anruf rechnen. Viele schalten ihren Anrufbeantworter ein, wenn Sie abwesend sind. Die Ansage Ihres Anrufbeantworters sollte so formuliert sein, dass Sie optimal repräsentiert werden und die Anrufer wieder kommen.

Sie rufen als Initiativbewerber an

Ein unvorbereiteter Anruf bei einem Unternehmen ist niemals empfehlenswert. Wenn Sie sich für die Mitarbeit in einem speziellen Unternehmen interessieren, sollten Sie sich vor einem Anruf - soweit Ihnen das möglich ist - vorbereiten. Hierfür bietet sich die Website des Unternehmens an, aus welcher Sie meistens detailliert die für Sie wesentlichen Informationen entnehmen können. Auf der Website stehen zudem auch die offiziell zu besetzenden Positionen. Hieraus können Sie erkennen, ob das Unternehmen einstellt und wenn ja, in welchen Unternehmensbereichen dies geschieht. Aus der Unternehmenswebsite können Sie potenzielle Ansprechpartner entnehmen. Für Sie besonders interessant ist, dass Sie so oft auch die Durchwahlnummer der Führungskräfte erhalten.

Rufen Sie nur an, wenn Sie ungestört sind

Es soll Menschen geben, die einen solchen Anruf während ihrer Arbeitszeit tätigen. Dies ist sicher kein empfehlenswerter Weg, da kaum jemand während seiner Arbeitszeit sicher sein kann, dass er ohne jegliche Störung telefonieren kann. Wirken Sie deshalb auch noch unsicher oder unruhig, verspielen Sie Ihre Chance. Im Übrigen spürt ein erfahrener Interviewer Ihren inneren Druck, Ihre Nervosität. Zudem sollten Sie während des Anrufes Ihren Lebenslauf griffbereit zur Hand haben, damit Sie alle Fragen vollständig und vor allem zeitlich zutreffend beantworten können. Ihr ausgearbeiteter Leitfaden für das Gespräch sollte ebenso offen vor Ihnen liegen.

Der richtige Gesprächspartner

Ein Anruf bei einem Personalmanager gewährleistet stets volle Vertraulichkeit. Dies ist bei einem Anruf im Fachbereich nicht immer hundertprozentig sichergestellt. Trifft Ihr Anruf im Fachbereich auf einen an Ihnen interessierten Gesprächspartner, bekommen Sie unter Umständen auch dann die Chance zu einer Vorstellung, wenn eigentlich noch gar keine entsprechende Stelle „offiziell“ zu besetzen ist. Rufen Sie hingegen einen Personalmanager an und können ihn von Ihrer Eignung für das Unternehmen überzeugen, wird er Sie darum bitten, sich schriftlich zu bewerben. Ihre schriftliche Bewerbung gibt er dann an die Fachabteilung zur Prüfung weiter. Es soll Personalmanager geben, die irritiert reagieren, wenn sie übergangen werden.

So ermitteln Sie die Telefonnummer

Die Telefonnummer des Sekretariats erhalten Sie problemlos von der Telefonzentrale. Versprechen Sie sich eine bessere Chance, wenn Sie das Sekretariat „überspringen“, können Sie nach dem voraussichtlichen Arbeitsschluss der Sekretärin anrufen. Viele Chefs nehmen auch Anrufe an, die bei der Sekretärin eingehen und sind abends zudem auch noch eher bereit, eine telefonische „Störung“ zu akzeptieren, da sie sich dann an ihrem Arbeitsplatz und nicht in einer Besprechung befinden.

So führen Sie das Telefonat

Smalltalk ist bei einem solchen Anruf nicht angesagt - erkundigen Sie sich höflich, ob Sie gerade stören und kommen Sie danach schnell zum Kern Ihres Anliegens. Wenn Sie sich gut vorbereitet haben, wird es Ihnen gelingen, Interesse zu erwecken. Ihre Darstellung wird dann meist sehr schnell durch konkrete Fragen unterbrochen. Auch hier gilt, hören Sie aufmerksam zu und geben Sie präzise, direkte Antworten. Ihre telefonische Anfrage war erfolgreich, wenn Sie gebeten werden, Ihre Bewerbungsunterlagen an ihn oder den hierfür Zuständigen zu schicken.

Sie bestätigen einen Termin telefonisch

Anrufe zur Bestätigung eines vorgeschlagenen Termins sind immer willkommen. Sie sollten aber keine wenig intelligenten Fragen an die Sekretärin stellen, wie beispielsweise „wie sind meine Chancen“ oder ähnlich Bedeutsames mehr. Notieren Sie sich aber den Namen dessen, der den Anruf entgegen nahm, denn manchmal werden Anrufe auch nicht weitergegeben und Sie wissen dann wenigstens wen Sie informiert haben.

Sie werden im Rahmen einer Direktsuche angerufen

Viele hochqualifizierte Menschen wurden schon von einer Researcherin angerufen. Diese Anrufe kommen naturgemäß unerwartet und treffen manchmal auf eine Situation, in der sie unwillkommen sind, da beispielsweise der Vorgesetzte anwesend ist. Hier hilft am besten die „reine“ Wahrheit weiter, indem Sie zum Beispiel sagen, dass Sie in einer Besprechung sind und der Anrufer sich später wieder melden soll. Nicht empfehlenswert ist es, wenn Sie die Nummer erbitten, um zurückzurufen. Researcherinnen geben ihre Telefonnummer ungern preis.

So verhalten Sie sich bei einem Anruf im Büro

Das Bundesarbeitsgericht hat entschieden, dass Personalberater auch während der Arbeitszeit anrufen und hierbei kurz die zu besetzende Position schildern dürfen. Sie sollten diese Spielregel ebenfalls einhalten und nicht versuchen, während eines solchen Anrufes bereits detailliert alle für Sie interessanten Aspekte zu erfragen. Gerade im Direct Search gibt es recht feste Vorgehensweisen und diese besagen, dass Sie erst im Rahmen eines fortführenden Telefonats Einzelheiten erfahren. Dieses Telefonat erfolgt dann außerhalb Ihrer Arbeitszeit bei Ihnen Zuhause. Wenn Sie grundsätzlich an der kurz vorgestellten Position interessiert sind, sollten Sie der Researcherin Ihre private Telefonnummer geben und ihr mitteilen, wann Sie am ehesten zu erreichen oder auch gegebenenfalls nicht zu erreichen sind. Beachten Sie bitte auch, dass Searcherinnen Gesprächsinhalte an Berater weitergeben.

Ein Personalberater ruft Sie privat an

Informieren Sie auf jeden Fall Ihren Lebenspartner, wenn Sie einen Anruf erwarten. Und bereiten Sie sich auf diesen Anruf vor - er ist für den weiteren Ablauf entscheidend. Im Regelfall schildert der Personalberater Ihnen kurz die zu besetzende Position und verrät Ihnen zudem einiges über die Art des Unternehmens und dessen Stammsitz. Weitergehende Informationen erhalten Sie meist erst im persönlichen Gespräch. Dieses wird der Personalberater mit Ihnen vereinbaren, wenn Ihre Kenntnisse und Erfahrungen aus seiner Sicht ein persönliches Interview sinnvoll machen. Halten Sie deshalb auch Ihren Terminkalender für eine Terminabsprache bereit.

08. Gesprächsleitfaden

Inhaltsverzeichnis

Stress

Es gibt Menschen die erst unter Stress zu ihrer persönlichen Höchstleistung auflaufen. Die meisten Menschen leiden unter Stress an einer ausgeprägten Denkblockade. Meist fällt ihnen dann erst später ein, was sie eigentlich noch hätten sagen sollen.

Telefoninterviews

Interviews bedeuten für sehr viele Menschen einen außerordentlichen Stress. Wenn der Gesprächspartner nicht sichtbar ist, nimmt der Stress oft noch zu. Wer also nicht riskieren will, dass er Bedeutsames vergisst, muss es sich notieren. Nützlich ist es, sich hierfür einen detaillierten Gesprächsleitfaden zu erstellen.

Terminvereinbarung

Ein Telefoninterview wird mit Ihnen vorab telefonisch oder schriftlich vereinbart. An der Zeitvereinbarung wirken Sie also mit und können hierauf Einfluss nehmen. Wählen Sie nur eine Zeit aus, in der Sie wirklich ungestört telefonieren können. Zwingend ist, dass Sie zur vereinbarten Zeit auch tatsächlich erreichbar sind. Verfügen Sie nur über eine Leitung, verhängen Sie für alle ein Telefonierverbot.

Lebenslauf

Legen Sie vor dem Telefonat Ihre Unterlagen bereit - der Lebenslauf liegt obenauf. Nehmen Sie zu diesen Unterlagen auch die Anzeige, auf die Sie sich beworben haben. Markieren Sie, falls noch nicht geschehen, alle Anforderungen mit einem Marker.

Firmendaten

Besorgen Sie sich aus dem Internet einige Basisdaten zu dem Unternehmen. Sie sollten die Branche, die Produkte und die Anzahl der Mitarbeiter kennen. Auch im Telefoninterview werden Sie gefragt, was Sie über das Unternehmen wissen. Punkten Sie bereits hier.

Raum

Reservieren Sie sich für das Telefoninterview einen absolut ungestörten Raum. Bitten Sie Ihren Lebenspartner, dafür zu sorgen, dass Sie nicht gestört werden. Das gilt auch für die lieben Kleinen, selbst wenn die sich dann vernachlässigt fühlen.

Telefon

Sorgen Sie dafür, dass Ihr schnurloses Telefon tatsächlich voll aufgeladen ist.

Werkzeug

Legen Sie funktionsfähiges Schreibzeug und ausreichend Notizpapier bereit. Falls Sie Brillenträger sind, sollten Sie auch die benötigte Brille nicht vergessen.

Kleidung

Der folgende Vorschlag mag überzogen erscheinen - aber unsere Darstellung wird durch die Kleidung nachhaltig beeinflusst - selbst wenn uns keiner sieht. Deshalb empfehle ich Ihnen, die Kleidung zu tragen, die Sie im persönlichen Interview tragen

würden - Ihre Selbstsicherheit wird hierdurch zunehmen. Dies gilt selbst für die Schuhe - in Schlappen fällt Ihnen das „schlappen“ leichter.

Gesprächsleitfaden

Ihre wichtigste und sorgfältigste Vorbereitung gilt Ihrem Gesprächsleitfaden. Dieser muss alle allgemeinen Fragen beantworten, die gestellt werden könnten. Es sollte Sie nicht „kalt“ erwischen, wenn nach Ihrem Wunschgehalt gefragt wird. Ebenso sicher wird nach dem Ihnen möglichen Wechseltermin und nach eventuell bestehenden Wettbewerbsvereinbarungen gefragt werden. Und, falls Sie umziehen müssen, ob Ihre Familie hierzu auch wirklich bereit ist. Bereiten Sie sich auch auf eventuelle nur Sie persönlich betreffende Fragen vor. Diese könnten gestellt werden, wenn Sie bspw. Brüche im Lebenslauf aufweisen. Überlegen Sie sich einfach vorab, was würden Sie sich selbst als Interviewer fragen. Überlegen Sie sich stichhaltige Antworten zu unangenehmen oder kritischen Sachverhalten.

Haltung am Telefon

Ihr Interviewpartner registriert, ob Sie aufmerksam oder uninteressiert telefonieren. Sie sollten auch ein Telefoninterview deshalb immer höchst konzentriert führen.

Dank

Bedanken Sie sich telefonisch für das Telefoninterview, hier können Sie Stil beweisen. Auch ein zusätzlicher schriftlicher Dank ist vorteilhaft.

Ihr Gesprächsleitfaden

Interview am / Uhrzeit:

Gesprächspartner:

Firma:

(Branche, Produkte, Mitarbeiter)

Stellenanzeige Zeitung / Datum:

Meine Telefonnummer / E-Mail:

Jahresgehalt / Wunschgehalt:

Kündigungsfrist:

Umzugsbereitschaft:

Motivation für Bewerbung:

Kritische Sachverhalte:

(Fakten und Argumentation)

Stellenanforderungen

(entsprechend Anzeigentext - jeweils Anforderung mit Ihrer Antwort)

Fachliche:

Persönliche:

Meine besonderen Erfolge:

Meine Fragen:

Termin für persönliches Interview:

Angekündigte Gesprächspartner:

Termin schriftlich bestätigt am:

9. Checkliste zur Bewerbung

Inhaltsverzeichnis

Stellenanzeige

Kleben Sie die ausgeschnittene Anzeige auf ein DIN A4-Blatt. Markieren Sie alle Anforderungen deutlich.

Übernehmen Sie alle Anforderungen auf ein separates Blatt. Trennen Sie diese hierbei nach „Muss“ und „Wünschenswerte“. Notieren Sie jeweils neben den Anforderungen Ihre Kenntnisse.

Vermerken Sie ebenfalls die verlangte Berufserfahrung.

Ist ein Altersrahmen erkennbar? Genannt werden darf er ja nicht mehr.

Ist eine Angabe zu Ihrem Kündigungstermin erwünscht?

Sollen Sie Ihr Ist- oder Ihr Wunsch-Gehalt angeben?

Ist die Homepage des Unternehmens vermerkt?

Übernehmen Sie auf Ihr Blatt auch die korrekte Adresse sowie den konkreten Ansprechpartner - inklusive Telefonnummer. Sofern der Ansprechpartner ohne sein Geschlecht und ohne seinen Vornamen angegeben ist - ermitteln Sie diesen über die Website oder die Telefonzentrale des Unternehmens.

Papier und Gestaltung

Für Ihr Anschreiben dürfen Sie Wasserzeichen-Papier verwenden. Müssen das aber nicht, denn das macht Sie nicht „wertvoller“.

Ihr Anschreiben umfasst eine Seite bis maximal zwei Seiten.

Lassen Sie links einen Lochrand von ca. 2,0 bis 2,5 Zentimetern. Rechts können Sie einen großzügigeren Rand bis zu 5 Zentimetern lassen.

Wählen Sie einen gut lesbaren Schriftfont mit 11 bis 12 Punkten. Ein zu großer Font signalisiert ein übersteigertes Selbstbewusstsein.

Wählen Sie einen normalen einzeiligen Zeilenabstand. Ein 1 1/2-zeiliger Zeilenabstand „verschwendet“ zu viel Platz.

Ihren Lebenslauf können Sie auf weißem Kopierpapier erstellen.

Ihr Lebenslauf sollte zwei bis maximal 3 Seiten umfassen.

Lassen Sie links einen Lochrand von 2,0 bis 2,5 Zentimetern. Je nach Platzbedarf können Sie den rechten Rand großzügiger gestalten.

Identisch zum Lebenslauf drucken Sie Ihre Anlagen auf Kopierpapier.

Anschreiben

Führen Sie Ihre Anschrift und relevante Kommunikationsdaten auf. Kontrollieren Sie mehrfach die Korrektheit der Firmenanschrift. Setzen Sie das Datum ein. Vermerken Sie den Betreff mit dem Anzeigentitel, Zeitung und Datum. Führen Sie Ihre Kenntnisse entsprechend den Anforderungen auf. Formulieren Sie so, dass auch ein Laie Ihre Fachkenntnisse nachvollziehen kann. Formulieren Sie Ihr Anschreiben ohne Schachtelsätze. Gestalten Sie Ihr Anschreiben lesefreundlich. Vermeiden Sie „D“englisch. Führen Sie die Anlagen nicht im Anschreiben auf. Unterschreiben Sie mit blauer oder schwarzer Tinte. Lassen Sie Ihr Anschreiben von einer anderen Person Korrektur lesen. Erkennen Sie sich im Anschreiben wieder?

Deckblatt

Ob Sie ein Deckblatt verwenden sollten, wird von vielen als Glaubensfrage kontrovers diskutiert. Letztlich verhält sich das jedoch so, wie wenn Sie in einem gehobenen Restaurant Ihr Essen serviert bekommen. Das ist dann auch besonders edel angerichtet. Auf einem Deckblatt wirkt Ihr Bewerbungsfoto herausragend, wenn Sie es im „goldenen Schnitt“ einkleben. Darunter sollte nur Ihr Name stehen. Lassen Sie das Deckblatt also ansonsten leer.

Bewerbungsfoto

Lassen Sie sich zunächst die Haare korrekt schneiden. Ein Visagist „optimiert“ Sie gegebenenfalls vor dem Fototermin. Entspricht die getragene Kleidung und Krawatte der Position? Wirkt Ihr Gesichtsausdruck sympathisch? Wirkt getragener Schmuck dezent und unaufdringlich? Passt der Hintergrund zu der ausgeschriebenen Position? Ist das Foto etwas größer als ein Passfoto? Entspricht der Gesamteindruck des Fotos der erstrebten Position? Lassen Sie mehrere Fotos in Papierform erstellen. Lassen Sie sich die Fotos auch digital aushändigen. Und, gefällt das Foto Ihnen selbst auch, sehen Sie sich gut getroffen?

Lebenslauf

Vermerken Sie Ihre Kommunikationsdaten links oben. Rechts oben kleben Sie Ihr Foto ein.

Untergliedern Sie die weitere Darstellung in separaten Blöcken in „Persönliche Daten“, „Schulen, Studium, Bundeswehr“, Beruflicher Werdegang“ sowie „Zusatzqualifikationen“. Geben Sie Zeiträume stets mit Monat / Jahr an. Vermeiden Sie Lücken innerhalb der Zeiträume.

Trennen Sie Inhaltsbereiche durch einen Absatz.

Geben Sie die Firmennamen korrekt und vollständig an.

Vermerken Sie Ihre Positionsbezeichnung und den Verantwortungsumfang.

Gehen Sie auf Ihre Führungsverantwortung präzise ein.

Nennen Sie Sonderaufgaben und bedeutsame Projekte. Stellen Sie besondere Erfolge deutlich heraus. Stellen Sie einen innerbetrieblichen Aufstieg besonders heraus.

Heben Sie Ihre wichtigsten „Verkaufsargumente“ optisch hervor. Verzichten Sie auf unverständliche Fremdworte und „D“englisch.

Vermerken Sie Ort und Datum. Unterschreiben Sie Ihren Lebenslauf.

Haben Sie den „rote Faden“ in Ihrem Lebenslauf verdeutlicht? Welchem Gesamtbild entspricht Ihr Lebenslauf: Macher oder Träumer? Wirkt Ihr Lebenslauf optisch „großzügig“? Liest sich Ihr Lebenslauf „gut“ oder sind noch Schachtelsätze vorhanden? Haben Sie Ihre Sprachkenntnisse bewertet?

Zeugnisse

Fügen Sie das letzte Schulzeugnis bei. Fügen Sie Ihr Diplom bei. Fügen Sie alle Arbeitszeugnisse bei. Fügen Sie Praktikantenzeugnisse nur als Absolvent bei, oder wenn nützlich, da das in der Branche des Unternehmens war, bei dem Sie sich bewerben. Legen Sie ein polizeiliches Führungszeugnis nur bei, wenn explizit angefordert.

Seminarbescheinigungen

Erstellen Sie eine Aufstellung mit Ihren Seminarbescheinigungen. Fügen Sie Einzelbescheinigungen nur bei, wenn diese herausragend bedeutend sind.

Bewerbungsmappe

Wählen Sie eine DIN A4-Klemmmappe. Diese sollte in einer neutralen Farbe wie schwarz, blau, weiß oder rot sein. Prüfen Sie, ob die Anlagen entsprechend dem Lebenslauf sortiert sind. Verwenden Sie keine Sichthüllen. Verschicken Sie Ihre Bewerbung nicht als Loseblattsammlung.

Kuvert

Wählen Sie ein angemessenes Kuvert. Achten Sie auf eine saubere, fehlerfreie Beschriftung. Verwenden Sie eine Briefmarke mit dem zutreffenden Wert.

Vermeiden Sie

Fügen Sie unaufgefordert keine Referenzen bei. Fügen Sie keine grafologischen Gutachten bei. Fügen Sie keine psychologischen Gutachten bei. Schicken Sie unaufgefordert keine Arbeitsproben mit. Geben Sie keine Hinweise auf bedeutende Personen im Unternehmen, die Sie kennen. Wenn Sie Vitamin „B“ einsetzen wollen, können Sie die Person über Ihre Bewerbung informieren, die Sie kennen. Derjenige wird sich dann „positiv“ für Sie verwenden, wenn er das will.

Anrufe

Rufen Sie nur an, wenn Sie Wichtiges zu erfragen oder mitzuteilen haben. Bestätigen Sie Terminabsprachen zusätzlich auch noch schriftlich.

Bedanken Sie sich

Bedanken Sie sich für die Einladung und das persönliche Gespräch sowie gegebenenfalls auch bei einer Absage. Vergessen Sie auch Ihren Personalberater nicht.

10. Die normierte Bewerbung

Inhaltsverzeichnis

Die Kunst ist frei

Und Künstler dürfen somit auch vieles, was den normalen Menschen verwehrt ist. Einen Künstler zu normieren bedeutet, ihn der Freiheit seiner Kunst zu berauben. Ein normierter Künstler wäre auf das Niveau eines Fließbandarbeiters reduziert. Normierte Fließbandkunst ist wertlos. Niemand würde sich solche Werke kaufen.

Die Normierung erleichtert unser Leben

Mobilfunktelefone, im Sprachgebrauch Handys genannt, sind heute unentbehrlich. Wer ohne sein Handy sein Haus, seine Wohnung verlässt, ist doch schon ein Snob. Wer ein neues Handy einer anderen Marke erwirbt, ärgert sich oft zu Tode, denn die Menüführung ist so anders, dass die „Einarbeitung“ viel Geduld erfordert. Schalten wir eine Lampe aus, genügt es den oberen Bereich des Lichtschalters nach unten zu drücken. Über den unteren Schalterbereich schalten wir wieder Licht an. Lichtschalter funktionieren in Deutschland immer gleich. Wir bedienen sie intuitiv.

Was leicht ist nehmen wir lieber wahr

Den Dosenöffner, dessen Bedienung sich uns nicht sofort erschließt, lassen wir liegen. Erreichen wir das gewünschte Ergebnis mit Vertrautem, ziehen wir das immer vor. Wir suchen Informationen im Internet. Deshalb googeln viele ja so gern und häufig.

Websites, die unseren stilistischen Ansprüchen nicht genügen, verlassen wir schnell. Finden wir benötigte Informationen nicht, da die Website unübersichtlich aufgebaut ist, wechseln wir ebenso schnell zur nächsten übersichtlich aufgebauten Informationsquelle. Wir erwarten, dass wir uns nicht für den Erhalt von Informationen „quälen“ müssen. Und wir müssen uns ja auch tatsächlich meistens nicht übermäßig hierfür anstrengen, da es Informationsquellen gibt, die unseren Anforderungen entsprechen.

Unser Forscherdrang ist limitiert

Kinder können minutenlang einen Marienkäfer studieren, der über ihre Hand krabbelt. Erwachsene sehen Marienkäfer beim Krabbeln auch gerne, aber nicht sehr lange, zu. Ihre Geduld, Ihr Erforschungswille ist limitiert. Sie sind mit vielem anderen beschäftigt. Beruflich geforderte Menschen sind angespannt und dies geht zu Lasten ihrer Geduld. Ungeduldige „zappen“ schnell weg, wenn die Erforschung ihnen zu aufwändig erscheint.

Die komplizierte Bewerbungsmappe

Die Industrie ist fleißig. Rührige Produktmanager sind Tag und Nacht damit beschäftigt, neue Produkte zu kreieren, die wir zwar nicht benötigen, die aber unserem Ego dienen. Natürlich gibt es Dinge, die praktisch sind. Das Messer zum Filettieren beispielsweise. Aber es gibt auch Produkte, die sowohl überflüssig als auch letztlich total nutzlos sind. Und manche Produkte wirken sich sogar für uns nachteilig aus, wenn wir sie benutzen.

Die Bewerbungsmappe mit Aufdruck „Bewerbungsmappe“ und Registern gehört hierzu. Warum? Preiswerte, transparente Klemmmappen lassen sich am leichtesten handhaben. Der Beurteiler gewinnt, ohne die Mappe öffnen zu müssen, schon einen ersten Eindruck. Er muss sich nicht mühselig durch mehrere Register

„hindurcharbeiten“. Blättern reicht. Die Mappe wiegt wenig, er kann hiervon auch viele ohne Kraftaufwand transportieren. Sollen Inhalte kopiert werden, ist das bei Klemmmappen am problemlosesten möglich. Originalseiten können nach dem Kopieren einzelner Seiten wieder eingefügt werden. Die Mappe muss nicht extra aufgehoben werden, wenn alle Inhalte entnommen werden, da sie keinen besonders hohen Wert darstellt und deshalb auch verschmerzbar ist. Wer die Bewerbungsunterlage zurückschickt hat hiermit keine zusätzlichen Aufwände. Die Mitarbeiterinnen im Personalwesen „freuen“ sich sehr, wenn sie wegen einer nicht „normgerechten“ Bewerbungsunterlage diese extra verpacken und verschicken müssen.

Das Anschreiben als Unikat

Künstler produzieren Unikate. Jedenfalls die, die nicht nur von anderen „abkupfern“. Ein Bild, eine Skulptur entspricht für uns dann Kunst, wenn wir es als Kunst empfinden. Kunstsachverständige titulieren ja gerne die als „Kunstbanausen“, die der schöpferischen Kraft des Künstlers nichts abgewinnen können. Wie viele den „Plastiken“ von Joseph Beuys. Ein Anschreiben muss jedoch kein Unikat sein. Es entspricht viel eher einem Filettiermesser. Ein Anschreiben sollte einen Wert übermitteln. Nämlich den „Gebrauchswert“ dessen, der es erstellte und der somit seinen besonderen Nutzen für das Unternehmen herausstellt. Ein Nutzen für das Unternehmen ist nur dann gegeben, wenn es hieran auch Bedarf hat. Benötigen wir in einem teuren „Schweizer Offiziersmesser“ lediglich den Korkenzieher, so beeindruckt es uns nur wenig, wenn es darüber hinaus über weitere „Tools“ verfügt. Zu viele hiervon können dazu führen, dass wir den benötigten Korkenzieher übersehen. Ihr Anschreiben beinhaltet „Nutzen“ entsprechend Ihrer Eignung zum Anforderungsprofil.

Der künstlerisch wertvolle Lebenslauf

Wer sich als Künstler bewirbt, sollte sich so bewerben, dass sofort erkennbar ist, dass er künstlerisch ganz besonders anspruchsvolle und einmalige Fähigkeiten besitzt. Seine Bewerbung wird von Menschen mit Kunstsachverstand geprüft werden. Personalmanager hingegen sind meistens Betriebswirtschaftler oder häufig Juristen. Beiden Gruppen sagt man nicht unbedingt eine besonders künstlerische Ader nach. Mich persönlich irritiert es eher, wenn ich mit Unerwartetem konfrontiert werde. Besonders lustig finde ich die „professionellen“ Hinweise in Bewerbungsratgebern, die dann auch noch behaupten, dass man nicht erkennen sollte, aus welchem Ratgeber man die Struktur der Darstellung seines eigenen Lebenslaufes nun übernommen hat. Was wäre Ihnen selbst am liebsten? Bei jedem neuen Gerät eine total geänderte Bedienungsart - oder vielleicht doch eher, dass Vergleichbares gleich zu bedienen ist? Ein Unikat, das Wort sagt es ja schon, ist etwas „Einmaliges“. Entsprechen diesem Anspruch auch 200 Bewerbungen für eine ausgeschriebene „Standard“position? Ganz sicher nicht. Und jetzt stellen Sie sich bitte vor, Sie sitzen vor den zweihundert Lebensläufen und sollen diese alle auf die Eignung für Ihr Unternehmen hin überprüfen. Und jeder dieser Lebensläufe ist dann auch noch als unverwechselbares „Unikat“ gestaltet. Bei jedem Lebenslauf müssen Sie somit erst einmal die Logik des Aufbaues begreifen, bevor Sie überhaupt zu einer inhaltlichen Prüfung hinsichtlich der Eignung kommen.

Weiterbildungszertifikate steigern Ihren Nutzen

An Zertifikaten sollten Sie nur beiliegen, was entweder Ihren Leistungswillen bezeugt, oder was für die Position, für die Sie sich bewerben, herausragend nützlich ist. Alles andere gehört, aber aussagefähig, auf ein separates Blatt mit Ihrer

Weiterbildung. Was heißt aussagefähig? Steht da „Führungslehre“, „Buchhaltungslehre“, Rhetorik, kann der Beurteiler hiermit wenig anfangen. Da sollte schon die Dauer und natürlich die Wertigkeit mit angegeben werden. Ein Kurs über ein Jahr bei einem renommierten Anbieter beinhaltet eine andere Wertigkeit, als ein Kurs bei Ihrer Volkshochschule. Also, Anbieter, Kursdauer und ebenso natürlich von Ihnen erreichte Abschlüsse. Die Sortierung sollte nach Wertigkeit erfolgen. Das ist meistens viel übersichtlicher als eine chronologische Darstellung. Wobei das natürlich auch von der Art und der Vielzahl der Kurse abhängt, die Sie im Laufe der letzten Jahre besucht haben.

Ihr „schlichtes“ Deckblatt

Weniger ist mehr. Das perfekte Deckblatt präsentiert nur das Wichtigste, also Sie. Warum sollten da denn Ihre Kommunikationsdaten nochmals aufgeführt werden? Wenn ein Personalmanager die benötigt, sucht er diese da, wo sie auch hingehören, übersichtlich und natürlich möglichst komplett auf Ihrem Bewerbungsanschreiben. Darüber hinaus findet er Ihre Anschrift auch noch als Erstes auf Ihrem Lebenslauf. Ein Deckblatt mit allen Kommunikationsdaten entspricht doch einem Menschen, der seinem Gürtel nicht vertraut und deshalb zusätzlich noch Hosenträger trägt. Das Deckblatt ist Ihr zweiter Eindruck. Legt der Beurteiler Ihr Anschreiben zur Seite, sieht er bei noch geschlossener Bewerbungsmappe schon Ihr überzeugendes Foto. Wir sehen mit den Augen. Und wir nehmen mit den Augen wahr. Warum muss ein exzellentes Essen auch appetitlich angerichtet sein? Das Auge isst mit, heißt es doch. Ein überzeugendes Bewerbungsfoto, zudem gut platziert, überzeugt uns besonders. Attraktive werden eher eingeladen heißt es. Also in etwa „goldener Schnitt“, einiges größer als ein Passfoto und fest einkleben. Darunter stehen dann nur noch Ihr Vorname und Ihr Nachname. Nichts, was stört. Und schon verbindet sich Ihr gewinnender Gesichtsausdruck mit Ihrem Namen.

Überflüssiges verstellt die Sicht

Wer etwas verbergen möchte, versteckt es doch meistens unter allerlei Gerümpel. Der Baum im Wald entzieht sich unseren Blicken, wenn er unter vielen anderen steht. Unikate müssen für sich stehen, denn nur dann haben sie eine Chance sich zu entfalten. Der Beurteiler kennt sein Anforderungsprofil. Er sucht in Ihren Angaben die Punkte, die seinen Vorgaben entsprechen. Sein Anforderungsprofil im Abgleich zu Ihrem Eignungsprofil. Das Wichtige herausheben, das gelingt nur dem, der das Unwichtige vorab eliminiert. Viele Bäume entsprechen einem Wald. Der einzelne Baum verschwindet. Massenware. Viele Bewerbungen sind in den Augen der Beurteiler einem Wald durchaus vergleichbar. Das Auge beginnt zu suchen, so wie wir einen Christbaum suchen. Er muss gerade sein. Er sollte einen exzellenten Wuchs haben. Und am allerbesten gefällt uns eine Weißtanne. Sichtkontrolle nach Geradlinigkeit, nach der Struktur, der Einfachheit in der Darstellung. Meisterstücke sind klar und rein. Nichts stört das, was der Meister uns wirklich zeigen will. Die Form entspricht der Funktion. Beim Stuttgarter Fernsehturm und in Ihrer Bewerbung. Die nachfolgende Aussage des Top-Designers Professor F. A. Porsche gilt doch ganz besonders für Ihre Bewerbung:

Das, was unsere Produkte zeigen,
ist das, was sie können.

Gerhard-Hermann Koch

KARRIERE

handbuch

Professionelles Know-how für die erfolgreiche Karrierestrategie und -taktik für Aufsteiger !

Auszug aus einem Leserbrief:

„... ebooks bringen die auf dem Deckblatt angekündigten Inhalte fachlich und sprachlich exzellent auf den Punkt.

... es ist wie aus dem wahren Leben geschrieben."

Karrieremanagement

strategisch • taktisch • professionell

Editorial Karrierehandbuch

Es gibt Menschen,
die ohne eigenes Zutun Karriere machen.
Gehören Sie nicht zu diesen Glücklichen,
kann etwas Strategie und Taktik
nicht schaden.
Meine Erkenntnisse und Erfahrungen gebe ich
an all diejenigen weiter,
die wirklich daran interessiert sind,
ihre Karriere aktiv zu gestalten.
Zu einer Karriere gehört wesentlich mehr Glück
als die meisten Menschen glauben.
Ein, zwei Fehlgriffe und Sie entfernen sich
bereits aus der Ideallinie jeder Karriere.
In langjährig leitender Verantwortung
sowie langjähriger Beraterpraxis
habe ich so viele Karrieren erlebt
und auch scheitern sehen,
dass ich jedem nur empfehlen kann –
nützen Sie alle realen Möglichkeiten.
Jäger und Gejagte wechseln –
gewinnen wird stets der,
der der Evolution im Karrieremanagement
besser entspricht.
In dieser Sammlung relevanter Themen
zeige ich Ihnen
Instrumentarien und Beweggründe
beider Seiten auf.
Viele meiner Tipps
hätte ich zu Beginn meiner Karriere
gerne selbst gekannt.

Ihr Gerhard-Hermann Koch

01. Karrierekompetenz

Inhaltsverzeichnis

Karrierestrategie

Sie sollten zur richtigen Zeit, mit der richtigen Kompetenz, am richtigen Ort sein. Dies können Sie Ihrem Glück und somit dem Zufall überlassen, oder strategisch planen. Durch eine strategisch geplante Karriere erhöhen sich Ihre Chancen erheblich, wobei immer auch ein bisschen Glück hinzukommen muss, damit es wirklich klappt.

Karriereziel

Eine Karriere können Sie nur sinnvoll planen, wenn Sie Ihr berufliches Ziel kennen. Sie sollten Ihr Wunschziel also vorab möglichst präzise und schriftlich definieren. Planen Sie hierbei Zwischenschritte und überprüfen Sie periodisch die Zielerreichung. Das menschliche Gehirn akzeptiert nur konkrete und zudem positive Zielsetzungen. Berücksichtigen Sie hierbei auch, welche Aufgaben Sie mögen und welche nicht. Eine Karriere gegen die wirklichen Interessen gelingt nur in den seltensten Fällen. Am besten unterziehen Sie sich vorab einer Selbstanalyse sowie einer Fremdanalyse.

Potenziale

Jeder Mensch besitzt Bereiche in denen er besonders gut oder ziemlich schlecht ist. In allem, was Sie begeistert ausüben, werden Sie wahrscheinlich erfolgreich sein. Sie sollten sich also beruflich so orientieren, dass Ihr zukünftiger Beruf möglichst viele Bestandteile von dem enthält, was Sie überwiegend gerne wahrnehmen. Beziehen Sie hierbei auch Ihre Persönlichkeit und Ihre Wesensart mit ein. Wer außerordentlich schüchtern ist, wird selten ein guter Verkäufer werden und eher konfliktscheue, ängstliche Menschen eignen sich nicht für eine Führungsaufgabe.

Selbstvertrauen

Wir steuern uns mental so, dass wir nur das erreichen, was wir für erreichbar halten. Eher unbekümmerte Menschen nehmen eine Aufgabe oder Verantwortung an und wachsen mit dieser Aufgabe, indem sie alle auftretenden Widerstände überwinden. Ängstliche Menschen überlegen sich vorab, was alles schief gehen könnte und beim Abwägen und Prüfen aller potenziellen Gefahren verlässt sie der Mut. Zu einer Karriere gehört immer die Bereitschaft, kalkulierte Risiken einzugehen.

Unabhängigkeit

Wer mehrere Kinder hat und von seinem eigenen Einkommen leben muss, kann oft nicht die Risiken eingehen, die für eine Karriere notwendig sind. Ebenso derjenige, der sich mit einem Haus riesige Belastungen aufgebürdet hat. Besonders leicht handhaben wir Risiken, wenn wir über Sicherheiten verfügen. Viele verfügen über eine solche, aber sie haben sich das niemals bewusst gemacht. Ohne Mobilität sind die Chancen für eine Karriere ebenfalls recht eingeschränkt. Bei internationalen Unternehmen kann eine weltweite Mobilität erforderlich sein.

Karrieretypen

In den Führungsetagen findet sich das gesamte Spektrum der menschlichen Spezies. Es gibt den durchsetzungsstarken Macher ebenso wie den stillen Intellektuellen. Es finden sich stets abwartende Zauderer und allzeit unbekümmerte Entscheider. Es gibt keinen standardisierten Erfolgstyp, der für eine Karriere

prädestiniert ist es müssen vorrangig die Unternehmenskultur und der Managertyp zusammenpassen.

Karrierewege

Der geschickte Handwerker ist auf sein Können ebenso stolz, wie ein fähiger Wissenschaftler. Für den Handwerker sind der Meistertitel und die Selbstständigkeit erstrebenswert. Der Professor strebt nach wissenschaftlicher Anerkennung und weltweiter Reputation. Am Beginn ihrer Berufslaufbahn haben beide ihren Weg für ihre Karriere gewählt. Beide verfügen über andersartige Fähigkeiten und erwarben unterschiedliche Kenntnisse und Fertigkeiten.

Erfolgswege

Viele Wege führen nach Rom - nur wenige ermöglichen jedoch eine Karriere. Wer auf einer Autobahn die falsche Richtung einschlägt, kann dies korrigieren. Korrekturen sind auch im Rahmen einer Karriere möglich - aber sie kosten Zeit. Die hierfür benötigte Zeit ist für jede Karriere ein durchaus bedeutsamer Faktor. Am einfachsten machen Sie Karriere, wenn Sie eine erfahrene Führungskraft fördert. Eine solche hilft Ihnen die Wege zu gehen, die eher erfolgreich sind.

Karriereförderer

Die meisten Menschen lernen in ihrem Leben viele potenzielle Förderer kennen. Sie erkennen diese aber nicht oder sehen hierzu keine Notwendigkeit. Eine Karriereplanung ist stets ein Langfristprojekt mit durchaus offenem Ausgang. Wer eine Seereise ohne Navigationsgerät beginnt, landet höchstens zufällig am Ziel. Förderer helfen Ihnen durch die Untiefen in Ihrer Karriere hindurch. Sie sollten einen potenziellen Förderer annehmen und auch für diesen nützlich sein.

Ihr **Vorgesetzter**

Viele Mitarbeiter wurden von ihrem Vorgesetzten ausgewählt und eingestellt. Auch Vorgesetzte messen ihre Kompetenz daran, dass sie fähige Beurteiler sind. Sie werden deshalb zunächst alles daran setzen, um Ihren Erfolg sicherzustellen. Sie sollten verhindern, dass der gegenseitige Nutzen längerfristig verkümmert.

Ex-Chefs

Wer ein Unternehmen verlässt, bricht oft alle Kontakte und Bindungen hierzu ab. Erstens wird er niemals dorthin zurückkehren und zweitens denkt keiner daran, dass bei einem eventuellen erneuten Stellenwechsel eine Referenz benötigt wird. Jede ehemalige Führungskraft, die das Unternehmen „anständig“ verlassen hat, kann auf eine höhere Position zurückkehren, wenn man sich an sie erinnert.

Personalberater

Wer 50 Personalberater „gesammelt“ hat, kennt wahrscheinlich keinen näher. Suchen Sie sich gezielt einige wenige Personalberater aus, die speziell in Ihrer Branche oder auch Hierarchie tätig sind und halten Sie mit diesen Kontakt. Ein echter Kontakt hat immer einen erkennbaren Nutzen für beide Seiten.

Netzwerkprofis

Seit es elektronische Businessnetzwerke gibt ist Netzwerken besonders in. Effizientes Netzwerken verlangt jedoch immer nach einem gegenseitigen Nutzen. Wer dieses nicht beachtet, sammelt lediglich Namen, die letztlich nutzlos sind.

Karrierechancen

In schrumpfenden Unternehmen gehen die fähigsten Manager meist zuerst, was bleibt ist eine behäbige, oft überalterte und überbesetzte Führungsschicht. Diese blockieren jede Aufstiegsmöglichkeiten, da sie überwiegend unkündbar sind. Sie sollten deshalb bei einem Wechsel ein wachsendes Unternehmen bevorzugen. Nur wer selbst noch recht jung ist kann abwarten, bis Führungspositionen altersbedingt freiwerden. Besonders empfehlenswert ist solches aber nicht, da ein langjähriges Abwarten auch nicht gerade für die eigene Dynamik spricht.

Unternehmenswahl

Wer im falschen Unternehmen arbeitet, verkümmert wie eine Pflanze in der Wüste. Die Unternehmenskultur muss zu Ihnen passen, damit Sie Karriere machen können. Sie benötigen ein Umfeld, das Ihren Möglichkeiten in idealer Weise entspricht. Nur in einem zu Ihnen passenden „Biotop“ können Sie sich optimal entfalten.

Beharrlichkeit

Wer den Kopf herausstreckt, kann diesen möglicherweise auch verlieren. Viele Menschen halten sich daran und bewegen sich nur unter der Grasnarbe. Wer Karriere machen möchte, muss sich in eine exponierte Stellung begeben und in dieser lange aushalten und viele Fehlschläge hinnehmen und ertragen können.

Lebenspartner

Wenn Ihr Partner der Auffassung ist, dass Sie vorrangig der Familie gehören, werden Sie schon deshalb selten eine herausragende Karriere absolvieren können. Andererseits gibt es Partner, die einen mehr antreiben als es je ein Chef könnte. Im Regelfall wird einer von zwei Partnern eigene Interessen zurückstellen müssen. Dies kann natürlich ebenso der Mann sein, wenn die Frau Karriereambitionen hat.

Elternhaus

Nicht zuletzt spielen auch die Wertevorstellungen des Elternhauses eine Rolle. Beispielhaft erwähnt sei hier die Familie, die seit Generationen die „Militärs“ stellt und es deshalb schon fast Verpflichtung ist, eine militärische Laufbahn einzuschlagen. Dies gilt natürlich ebenso für Politiker oder nach Sicherheit strebende Beamtenfamilien.

02. Karriereziel

Inhaltsverzeichnis

Wissenschaft und Handwerk

Es gibt viele sogenannte wissenschaftliche Tests zur Ermittlung der Persönlichkeit. Die meisten hiervon basieren auf Testverfahren, die für die Psychiatrie entwickelt wurden. Manche entsprechen qualitativ den Tests, die regelmäßig in der Regenbogenpresse erscheinen und mit denen die Leser ihre Partnerschaftsfähigkeit, Intelligenz oder ihr Sozialverhalten und anderes mehr testen können.

Selbstanalyse

Jeder von uns besitzt ein bewusstes Bild von seiner Person mit allen Facetten - unser Partner, unsere Freunde, Chefs und Kollegen besitzen ebenfalls ein Bild von uns und das Bild, das diese von uns besitzen, nennt man Fremdbild. Aus Selbstbild und Fremdbild können Sie recht zuverlässig Ihr Realbild ermitteln.

Abneigungen

Wir besitzen Vorlieben und Abneigungen gegen die Erfordernisse unseres Lebens. Die Abneigungen betreffen sowohl den privaten als auch den beruflichen Bereich. Wenn wir unseren beruflichen Weg suchen, sollten wir unsere Abneigungen vorab ermitteln und analysieren, ob unser Wunschberuf möglichst frei von diesen ist. Unser zukünftiger Berufsweg sollte uns mit Freude und nicht mit Abneigung erfüllen.

Berufliche Interessen

Niemand kann eine Karriere gegen seine Interessen und somit gegen sich selbst machen. Wer sein Berufsziel nicht sorgfältig entsprechend seiner beruflichen Interessen und Fähigkeiten wählt wird beruflich nicht so erfolgreich sein wie er es sein könnte.

Nutzen Sie Ihre Potenziale

Schwächen besitzen wir meist in den Bereichen, die wir ungern ausüben. Stärken wiederum in Tätigkeiten und Aufgaben von denen wir begeistert sind. Seine Stärken auszubauen bereitet jedem Menschen uneingeschränkte Freude. Die Reduktion vermeintlicher Schwächen kostet hingegen meist viel Energie, ist deshalb wenig erfolgsversprechend und somit auch sehr selten erfolgreich.

Selbstanalyse

Welche Stärken besitze ich?

Wo muss ich an mir arbeiten?

Was stört mich an mir selbst besonders?

Fremdanalyse

Erkannte Stärken

Bereiche, die zu verbessern sind

Eigenschaften und Verhaltensweisen, die zu beanstanden sind

Zielvereinbarung

Mein berufliches Ziel:

Vorhandene notwendige Kenntnisse

Fehlende erforderliche Kenntnisse
Maßnahmenplan, um fehlende Kenntnisse zu erwerben

03. Karrieremanagement

Inhaltsverzeichnis

Karrierestrategie

Ein hohes berufliches Ziel erfordert eine professionelle Strategie mit einer Untergliederung der einzelnen Schritte in maximal einjährige Zeiträume. Hierbei sollten geplante Maßnahmen ebenso visualisiert werden wie das Ziel.

Persönliches Leitbild

Ein Leitbild ist als steter Ansporn für viele Menschen außerordentlich nützlich. Als Leitbild können Persönlichkeiten mit Vorbildfunktion gewählt werden - oder auch Tiere bzw. Pflanzen mit besonders erstrebenswerten Eigenschaften.

Persönliche Eignung

Führungskräfte müssen Wichtiges von Unwichtigem unterscheiden können und sie müssen komplexe Sachverhalte auf Wesentliches verdichten können. Führungskräfte verfügen über eine positive Ausstrahlung und eine natürliche Dominanz und sie können auch Fehlschläge ertragen und mit diesen frustrationsfrei umgehen.

Führungsbefähigung

Nur derjenige, der durchschnittliche Menschen dauerhaft so motivieren kann, dass sie Überdurchschnittliches leisten, besitzt eine uneingeschränkte Führungsbefähigung.

Engagement

Wenn ein Bauer sät, muss er viele Monate warten können, bis er ernten kann. Auch Nachwuchskräfte werden für Vorleistungen erst nachträglich belohnt, denn nur wer seine Qualifikation vorab für das Unternehmen sichtbar aufzeigt, bekommt die Chance, seine Eignung dann auch tatsächlich beweisen zu dürfen.

Förderkreise

In progressiven Unternehmen besitzt die Potenzialförderung einen hohen Stellenwert. Manche Maßnahmen im Rahmen von Förderkreisen sind Pflichtveranstaltungen - andere basieren auf Eigeninitiative und entsprechendem persönlichem Engagement. Nachwuchskräfte haben hier viele Möglichkeiten, ihr Können unter Beweis zu stellen.

Führungskreise

In großen Unternehmen gibt es für die einzelnen Hierarchieebenen Führungskreise. Sitzungen der verschiedenen Führungskreise finden gelegentlich auch überlappend statt. Hierdurch ergibt sich die Chance, vor Mitgliedern eines höheren Kreises vorzutragen und dies ist die willkommene Gelegenheit, um Aufstiegspotenzial zu beweisen.

Nutzen

Niemand wird aufgrund seiner sympathischen, netten Persönlichkeit befördert. Entscheidend ist immer, ob jemand für ein Unternehmen bedeutsame Fähigkeiten besitzt und ob diese Fähigkeiten für die vorgesehene Aufgabe angemessen sind. Gewinnen wird der, der für das Unternehmen den größten Nutzen verspricht.

Vorgesetzte

Aus unterschiedlichsten Gründen fördern oder blockieren Vorgesetzte Karrieren. Für Vorgesetzte sind Mitarbeiter, die zur Kommunikation unfähig sind, ein Gräuel, da eine umfassende Information für jeden Vorgesetzten überlebensnotwendig ist und umfassend bedeutet nicht nur vollständig, sondern auch vor allem frühzeitig. Häufig versuchen Vorgesetzte aber auch einen Mitarbeiter mit allen Mitteln zu halten. In diesen Fällen hat eine Nachwuchskraft nur dann die Chance zu einer Veränderung, wenn sie einen Manager der nächsten Hierarchiestufe auf sich aufmerksam machen kann.

Kollegen

Ein Mitarbeiter wird nur aufsteigen, wenn sein Rang unter den Kollegen hoch ist. Ein hoher Rang kann sich fachlich oder auch aus der Persönlichkeit her begründen. Wird ein Kollege als „Weichei“ gesehen - kann er keine Alpha-Rolle einnehmen. Es bringt für die Karriere also nichts, wenn man stets nur nett und hilfsbereit ist. Zu nett zu sein kann somit eine Schwäche sein und wird es wohl meistens auch.

Beförderungskiller

Wer seinen Chef oder die Kollegen vor anderen schlecht macht, verliert. Ebenso derjenige, der in seinen Mitarbeitern stets nur das Negative sieht. Nur wer seinen Verantwortungsbereich im Griff hat, wird befördert.

Netzwerke

Netzwerke ersetzen Können nicht - sie befördern Könner aber sehr wohl. Wer nicht in das Netzwerk hineingeboren wird, muss es sich schon selbst bauen. Am einfachsten und effizientesten entsteht ein Netzwerk auf der Basis eines Buches, auf dem mein persönliches Netzwerk steht - und das Sie ab sofort führen sollten. Schreiben Sie in dieses Buch strukturiert alle wichtigen Personen, die Sie kennen und zudem alle für Sie bedeutsamen Persönlichkeiten, die Sie kennenlernen müssen. Nehmen Sie dieses Buch täglich in die Hand und erweitern Sie es kontinuierlich - wenn Sie wirklich Karriere machen wollen, ist dies Ihr wichtigster Begleiter. Gut geeignet hierfür ist das Tool OneNote von Microsoft, da übersichtlich und mit viel Platz für Notizen zu jedem Kontakt. Und vor allem, pflegen Sie Ihr persönliches Netzwerk bei jeder passenden Gelegenheit - also nicht nur an Weihnachten mit der sowieso obligatorischen Weihnachtskarte.

Projektleitung

Projektleitungen bedeuten Ärger und ergeben selten einen sofort erkennbaren Nutzen. Potenzielle Führungskräfte erproben ihr Können trotzdem in vielen Projekten, denn dort üben sie gerade die Fähigkeiten, die sie später als Manager benötigen. Nur selten wird jemand Manager, der sich nicht in komplexen Projekten bewährt hat.

Betriebliche Weiterbildung

Ihr Wissen weiterzugeben, erscheint vielen sehr zu Unrecht als Zeitverschwendung, denn gerade Führungskräfte zeichnet die Eigenschaft aus, dass sie Wissen vermitteln. Ein Engagement in der Weiterbildung beweist somit auch eine Führungseigenschaft und beinhaltet zudem die Chance, über den Fachbereich hinaus bekannt zu werden. Nachwuchskräfte sollten diese Möglichkeit aktiv aufgreifen und sich freiwillig einbringen.

Externe Arbeitskreise

In externen Arbeitskreisen können ebenfalls Führungsbefähigungen erprobt werden und häufig genug wird ein Konkurrenzunternehmen auf einen Experten aufmerksam und in Arbeitskreisen werden zudem nützliche Kontakte zu Managern aus anderen Unternehmen geknüpft, die den fachlichen und karrieremäßigen Horizont erweitern.

Veröffentlichungen

Im wissenschaftlichen Bereich wird niemand befördert, der nicht hinreichend seine fachliche Qualifikation durch wissenschaftliche Arbeiten bewiesen hat. Für Manager ist es im Allgemeinen jedoch vorteilhafter, wenn über sie geschrieben wird und nicht, wenn sie selbst in Serie bedeutsame Fachartikel veröffentlichen.

Eigene Weiterbildung

Wer eine Führungsposition erringen will oder sich als Führungskraft zu behaupten hat, muss sich permanent und umfassend weiterbilden und vor allem weiterentwickeln. Dieses kann eher nicht über externe Kurse oder langandauernde Maßnahmen erfolgen, denn für derartige Kurse fehlt Aufsteigern und Managern meist die erforderliche Zeit. Hier muss autodidaktisch das notwendige Wissen zielgerichtet erworben werden. Hierfür bieten sich Fachbücher und Zeitschriften ebenso an wie Hörbücher.

Redekunst

Von Führungskräften wird erwartet, dass sie frei und überzeugend reden können. Jeder, der in eine höhere Managementposition aufsteigen will, muss rhetorisch und dialektisch auf hohem Niveau - selbst bei Fernsehauftritten - überzeugen können.

Stellenwechsel

Ein Aufstieg kann im Fachbereich, im Unternehmen oder auch extern erfolgen. Ambitionierte Berufsziele erfordern jeweils dann einen externen Wechsel, wenn interne Aufstiegsmöglichkeiten definitiv auf längere Sicht nicht gegeben sind. Länger bedeutet hier einige Jahre, nicht Monate.

Wechselhäufigkeit

Die erlaubte Wechselhäufigkeit kann nicht allgemein gültig definiert werden. Was für einen Buchhalter zu häufig ist, kann für einen IT-Spezialisten zu wenig sein. Wo Flexibilität im Denken und Handeln gefragt ist, ist die Frequenz kürzer. Verbessert ein Wechsel die berufliche Qualifikation, ist er meist in Ordnung. Selbstbewusste Menschen wechseln häufiger, die Verweildauer sollte aber zunehmen.

04. Karriereturbo

Inhaltsverzeichnis

Erkenntnis

„Der frühe Vogel frisst den Wurm“ - eine Erkenntnis, die auch für Karrieren gilt. Es gilt die richtige Chance abzuwarten, diese dann aber auch wahrzunehmen. Gute Chancen gibt es nicht sehr viele und verpasste kommen niemals wieder.

Förderer

Eine Karriere ohne einen Förderer ist nur in seltenen Ausnahmefällen möglich. Wenn erfolgreiche Karrieren demnach Förderer voraussetzen, stellt sich die Frage, was motiviert denn eine Führungskraft dazu, einen anderen langfristig zu fördern? Wer seinen Förderer nicht unterstützt, wird weder gefördert noch jemals befördert. „Eine Hand wäscht die andere“, dieses gilt für den Förderer und den Geförderten.

Nachfolge

Der unproblematischste Aufstieg ist sicherlich im Bereich der Nachfolge gegeben. Krisen können auftreten, wenn der Nachfolger zu früh erkennbar eigene Wege geht. Auch erfolglose Vorgänger wünschen sich, dass ihr „Lebenswerk“ fortgesetzt wird.

Wachsende Unternehmen

Schnell wachsende Unternehmen benötigen meist mehr Führungskräfte als sie haben. Dies ist für junge Menschen die Chance, rasch in Führungspositionen aufzusteigen. Aber auch dem Anscheine nach weniger Befähigten erschließen sich hier Chancen, die sie in einem langsam wachsenden Unternehmen niemals bekommen würden.

Schrumpfende Unternehmen

Ist ein Unternehmen gezwungen, Personal abzubauen, gehen die Vorsichtigen zuerst. Dies ist die Chance für Taktiker, die nach einer Risikoanalyse erst einmal abwarten. Besonders erfolgversprechend ist das Abwarten für Manager aus der zweiten Reihe. Entschwinden obere Manager, da das Unternehmen „nicht mehr zu sanieren ist“, schlägt die Stunde für all diejenigen, die seither nachgeordnet gearbeitet haben. Zudem ist die Gefahr durch neu von außen kommende Manager eher gering, denn wer heuert schon in einem Unternehmen an, dessen Zukunft ungewiss ist.

Großunternehmen

Zu den großen Unternehmen drängt es auch die meisten Hochschulabsolventen. Viele junge Akademiker bedeuten auch eine extreme Konkurrenz an guten Leuten. Die Chancen für den Einzelnen reduzieren sich hierdurch naturgemäß erheblich.

Größere Mittelstandsunternehmen

Die schnellsten Karrieren sind in größeren Mittelstandsunternehmen möglich. Im Mittelstand werden die Unternehmen häufig von Inhaberfamilien geführt. Auch in nachfolgenden Generationen finden sich herausragende Unternehmer.

Mittlere Mittelstandsunternehmen

Bei weniger als 500 Mitarbeitern sind alle Verantwortungsbereiche umfassend. Nur wer selbst zu hohem Engagement bereit ist, wird hier dauerhaft bestehen. Aufsteigen wird, wem es gelingt, sich das Vertrauen der Inhaber zu sichern. Wer aufsteigt,

erwirbt sich in wenigen Jahren ein umfassendes Wissen in der Leitung komplexer Aufgabenbereiche bis hin zur selbstständigen Unternehmensführung.

Kleinere Mittelstandsunternehmen

Familienfremde können im Unternehmen eine hohe Vertrauensstellung erreichen, ein Aufstieg in die Geschäftsführung ist meist mit einer Kapitalbeteiligung verbunden. Die Aneignung erforderlichen Fach- und Führungswissens erfordert Eigeninitiative, da die vorhandenen Führungskräfte auch im Detail mitarbeiten und stark belastet sind. Wer Freude an dynamischen Arbeitsprozessen besitzt und selbst gerne aktiv gestaltet, wird seine „Macherqualitäten“ in der Kultur solcher Unternehmen entfalten können.

Beratungen

Die „großen“ Namen ziehen naturgemäß viele Hochschulabsolventen an. Diese sollten sich darüber klar sein, dass sie in fünf Jahren ein enormes Know-how ansammeln können - oft aber auch erheblich zerschlissen werden. Strategen sammeln zielgerichtet das erforderliche Rüstzeug und wechseln dann frühzeitig in eine Führungsposition bei einem soliden Mittelstandsunternehmen. Wenig sinnvoll ist es für langjährige Angehörige der Bundeswehr nach Ablauf ihrer Verpflichtungszeit zunächst als Ex-Offiziere in Beratungen zu wechseln. Das kostet meist nur zusätzlich weitere Zeit, die sie für einen beruflichen Aufstieg in der Wirtschaft dringend benötigen würden, um nicht zu alt zu werden.

Passform

Manche Menschen entsprechen von ihrer Erscheinung her einem bestimmten „Typus“. Es gibt Branchen, in denen sich nur Menschen eines speziellen Typs entwickeln können. Strategen ziehen deshalb auch diese Überlegungen in ihre Karriereplanung mit ein und suchen deshalb die zu ihrem Typ jeweils besonders passende Branche sorgfältig aus.

Promovierte

Hat der Vorsitzende einen „Doktor“, findet man einen solchen im Vorstand gehäuft. Es gibt sicherlich Fachbereiche, in denen eine Promotion zwingend erforderlich ist, da beispielsweise ein besonders hoher naturwissenschaftlicher Anteil gegeben ist. Durch die Promotion wird nachgewiesen, dass jemand wissenschaftlich arbeiten kann, eine Eignung als Führungskraft wird damit allerdings nicht unter Beweis gestellt. Positiv wird sich ein Doktortitel immer bei Repräsentationsaufgaben auswirken.

Burschenschaften

Als Kaderschmieden sind Burschenschaften in der Industrie eher die Ausnahme. Was durchaus zählen kann, ist die enge Bekanntschaft mit einem „Aufsteiger“.

Mitgliedschaften

Eine Mitgliedschaft bei den Rotariern oder Lions ist sicherlich nicht von Nachteil. Heutzutage funktionieren Karrieren jedoch eher selten über solche Beziehungen. Mitglied in den wirklich bedeutenden Industrieclubs kann sowieso nur werden, wer sich bereits karrieremäßig oder gesellschaftlich ganz weit oben befindet.

Golf, Tennis und Co.

Kommt jemand über diese Schiene in eine Führungsaufgabe, geht dies im Regelfall eher auf seine „elitäre“ Herkunft zurück als auf die Mitgliedschaft in solchen Clubs.

Elitäre Kreise

Wer in höchste Kreise hineingeboren wird, macht fast immer eine Karriere. Beziehungen ebnen Wege, die keinem offenstehen, der nicht dazugehört.

Netzwerke

Wer Karriere machen möchte, sollte frühzeitig ein oder mehrere Netzwerke aufbauen. Namen sammeln genügt hierbei nicht, „Netzwerken“ bedeutet Beziehungen pflegen. Von vielen vernachlässigt ist hierbei meist auch ein ganz schlichtes „Dankeschön“ für gewährte Hilfestellungen oder auch bei ansonsten hierfür geeigneten Anlässen.

Seilschaften

Die Funktionsweise von Seilschaften kann man am einfachsten in der Politik studieren. Wer hier nicht den Steigbügel für seinen Vormann hält, wird ebenfalls nicht abgesichert.

Ausdauer

Ein guter Wein wird erst durch einen jahrelangen Reifeprozess zum Spitzenwein. Ähnlich verhält es sich auch mit jungen Führungskräften, ein jugendlicher Schwung alleine genügt bei den immer komplexer werdenden Anforderungen nicht mehr. Wer nicht dazu bereit ist, stetig lernend Erfahrungen zu sammeln, wird scheitern.

Angepasste

Wer seine eigenen Wege gehen oder sich nicht bedingungslos unterordnen will, eignet sich in sehr vielen Unternehmenskulturen nicht für eine Karriere. Am besten lässt sich dieses bei den Raubtieren beobachten, das Alphamännchen vertreibt jeden, der sich nicht seinem Machtanspruch vollkommen unterwirft. Im Wirtschaftsleben bedienen sich die Manager hierbei subtilerer Methoden.

Einsatz

Eine Karriere erfordert stets Vorleistungen durch einen herausragenden Einsatz. Wer nicht dazu bereit ist, dauerhaft weit Überdurchschnittliches zu leisten, sollte es sich sorgfältig überlegen, ob eine Karriere für ihn erstrebenswert ist.

Die im dunklen Wald pfeifen

Wer alle Gefahren bedenkt, wird vor lauter Achtsamkeit niemals Karriere machen. Ein gutes Stück „Unbekümmertheit“ gehört zu einer jeden erfolgreichen Karriere.

05. Karrierewege

Inhaltsverzeichnis

Erfolgswege

Erfolgswege sind alle Wege, die erfolgreich sind. Also auch unkonventionelle. Die meisten Menschen gehen die Wege, die andere zuvor erfolgreich gegangen sind. Dagegen spricht wenig, aber es spricht noch mehr dafür, auch neue Wege zu finden. Viele vertrauen in Ihrer Karriere auf das Glück oder Vitamin B - das reicht nicht immer. Als cleverer Stratege konzipieren Sie sich selbst Ihre Erfolgsstrategie und realisieren diese konsequent und überwinden die hierbei auch auftretenden Widerstände. Erfolgreich zu agieren setzt zudem voraus, dass Sie einen Handlungsspielraum besitzen und diesen wiederum haben Sie nur dann, wenn Sie agieren anstatt nur zu reagieren.

Stellenanzeigen

Stellenanzeigen sind immer noch eine klassische Suchmethode für Unternehmen. Den schnellsten Überblick über den Stellenmarkt erhalten Sie über Stellenanzeigen. Umfangreiche Stellenmärkte finden Sie in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, der Süddeutschen Zeitung, der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung sowie der Stuttgarter Zeitung - bzw. auch in den führenden ausländischen Tageszeitungen. Viele Stellenangebote werden über Personalberater in Zeitungen oder Stellenbörsen ausgeschrieben. Auf Chiffreanzeigen sollten Sie sich nur unter Abwägung des Risikos bewerben, das Sie bei einem ungekündigten Arbeitsverhältnis hierbei eingehen wollen.

Stellenbörsen boomen – leider gibt es aber zu viele

Besonders Stellenportale werden von Unternehmen als erfolgreicher Weg gesehen. Leider werden trotzdem manchmal Angebote für Stellenbörsen nachlässig erstellt und häufig zudem nicht sorgsam gepflegt bzw. nach Stellenbesetzung wieder entfernt. Auch Bewerber stellen ihre Unterlagen meist in viel zu viele Stellenbörsen ein. Sie handeln nach dem Motto „viel hilft viel“ und vernachlässigen die Qualität. Manch einer möchte auf diesem Wege auch nur seinen aktuellen Marktwert ermitteln. Aktuell sind meist die Stellenangebote, die auf Unternehmenswebsites zu finden sind. Hinzu kommt, dass Unternehmen auch Stellenangebote einstellen, die sie nicht, oder noch nicht über andere Wege wie Zeitungen oder Personalberater suchen. Auch Personalberater suchen häufig umfangreich über die über eintausend Stellenportale.

Personalberater

Für Bewerber ist die Einbeziehung eines oder auch mehrerer Personalberater sinnvoll. Viele Personalberater besitzen zudem eine eigene Website mit Stellenangeboten. Andere sammeln interessante Initiativbewerbungen und greifen auch auf diese zurück.

Direct Search

Die Königsdisziplin der Personalberater ist die Direktsuche oder Direct Search. Vor einigen Jahren wurden nur Top-Positionen über Executive Search besetzt. Inzwischen konnte sich dieser Suchweg aber auch im mittleren Management sowie für hochkarätige Spezialisten durchaus erfolgreich etablieren. Nach einem

Grundsatzurteil des Bundesarbeitsgerichts dürfen Personalberater Mitarbeiter am Arbeitsplatz anrufen und die zu besetzende Position kurz beschreiben.

Karriereberater

So mancher „Schlaumeier“, der seinen eigenen beruflichen Aufstieg nicht schaffte, betätigt sich als Karriereberater - und so qualifiziert ist häufig auch seine Beratung. Einen Karriereberater ohne eigene Erfolgsstory sollten Sie niemals beauftragen. Ebenso sollten Sie nicht jede angegebene Erfolgsquote kritiklos glauben.

Outplacementberater

Outplacement ist in - viele Unternehmen realisieren hierüber möglichst geräuschlos in größerem Umfange erforderliche Personalabbaumaßnahmen. Outplacementberatungen sind deshalb teilweise enorm gewachsen. Ihre Berater rekrutieren sie vorwiegend aus ehemaligen Mitarbeitern von Personalabteilungen, die selbst der „Verschlankung“ ihrer Unternehmen zum Opfer fielen.

Bundesagentur für Arbeit (BA)

97% der Stellensuchenden sind wegen dem Arbeitslosengeld bei der BA gemeldet. Allerdings nutzen nur 17% der Unternehmen die kostenlose Stellenvermittlung und nur etwa 30% der offenen Stellen sind dem Arbeitsamt überhaupt bekannt. Die Effizienz der Job-Center beweist sich schon im politischen Streit um diese.

CIM Centrum für internationale Migration

Das CIM wurde von der Bundesagentur für Arbeit und der deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit gegründet und dient der Personalvermittlung im Rahmen der deutschen Entwicklungsarbeit - es wird deshalb staatlich subventioniert. Für Führungskräfte und Spezialisten ist das CIM eine gute Adresse.

Business-Clubs

Die Managernetzwerke wie Performers Circle helfen bei der Suche nach Businesskontakten. Sie bekommen jedoch zunehmend Konkurrenz durch die Virtuellen Businessclubs. Bei Performers Circle findet die Kommunikation ausschließlich in Englisch statt.

Online-Communities

Die Online-Plattformen wie Facebook, Linkedin und XING haben sich das Konzept des Sozialen Netzwerks zunutze gemacht. Daneben gibt es noch kleinere Communities. In Deutschland ist XING mit mehreren Millionen Nutzern sicher die Wichtigste. Hier suchen Personalvermittler und zunehmend auch Personalberater nach geeigneten Bewerbern für ihre Kunden. XING ist doch längst die Plattform vieler Freiberufler, die hier ihr Glück versuchen.

Zeitarbeitsunternehmen

Die BIG V der Branche sind Randstand, Adecco, Manpower, Persona und DIS. Den höchsten Anteil an Akademikern beschäftigt die DIS AG mit rund 20%. Die Übernahmequoten von Zeitarbeitern durch die Unternehmen liegen bei 50%. Also auch für Absolventen eine sinnvolle Chance, in ein Unternehmen zu kommen. Zeitarbeitsunternehmen bieten sowohl unbefristete als befristete Beschäftigungen an. Die Vergütung ist häufig um bis zu 20% geringer als in traditionellen Anstellungen.

Eigene Stellengesuche

Ein Stellengesuch ist nur dann erfolgreich, wenn Sie die Zielgruppe erreichen. Die Auswahl der richtigen Zeitung ist somit der erste Schritt zum Erfolg. Der zweite Schritt ist die Wahl der richtigen Stichworte für Ihre Kompetenzen. Ein eigenes Stellengesuch ist ein sinnvoller, jedoch zu selten genutzter Weg.

Initiativbewerbung

Initiativbewerbungen sind unaufgeforderte und somit auch störende Bewerbungen. Sie müssen deshalb besonders perfekt gestaltet sein, um beachtet zu werden. Das von vielen Karriereberatern empfohlene Telefonat vor einer Initiativbewerbung ist meistens nicht empfehlenswert - denn ein unerbetener Anruf stört noch mehr. Anrufen darf, wer für das Unternehmen besonders interessante Kenntnisse und Erfahrungen besitzt - alle anderen sollten sich vorzugsweise schriftlich bewerben.

Karriere im Ausland

In der Wirtschaftsleistung ist Deutschland immer noch die Nummer 1 in Europa. Weltweit belegt Deutschland einen der ersten Plätze. Nur gefühlt, sind wir nicht Spitze. Am Weltmarkt entscheiden nicht die gezahlten Löhne, sondern die Kosten pro Stück. Wir benötigen somit Produkte, die trotz der hohen Lohnkosten nachgefragt werden. Unsere einzigen Ressourcen hierbei sind unsere hochqualifizierten Menschen und somit besonders unsere intelligenten Nachwuchskräfte - gehen Sie also ruhig einige Jahre ins Ausland und kommen Sie dann mit Ihrer internationalen Erfahrung wieder.

Netzwerke

Erfolgreiche Menschen verfügen immer über ein oder mehrere Netzwerke. Manche Menschen werden in Netzwerke hineingeboren, gehören Sie nicht zu diesen, müssen Sie spätestens ab heute beginnen, Ihr persönliches Netzwerk aufzubauen.

Nebenberufliche Existenzgründung

Wer erkennt, dass sein Unternehmen oder er selbst „scheitert“ kann frühzeitig beginnen, sich nebenberuflich eine tragfähige Existenz aufzubauen.

Traineeprogramme und Post-Praktika

Beide Wege eignen sich für Absolventen, um in den Beruf zu starten.

Interimsmanagement

Ab Ende 40 für arbeitslos gewordene Manager der oft einzig verbleibende Weg.

06. Karrierekiller

Inhaltsverzeichnis

Die zehn größten Karrierekiller

Mit einer reißerischen Überschrift „verkaufen“ sich selbst Karrierekiller besser. Letztlich spielt es doch gar keine große Rolle, ob jemand über die zehn größten oder die zehn kleinsten der möglichen Fehler stolpert. Nur das Resultat zählt. Im Rahmen Ihrer Karriere können Sie an vielem Unwägbaren scheitern. Nur das Allerwenigste hiervon können Sie selbst beeinflussen. Insoweit lautet jeder vernünftige Rat zur Karriere: Bleiben Sie gelassen.

Die Spielregeln bestimmen andere

Ihre Karriere gleicht einem Schachspiel. Und Sie sind lediglich eine Figur in diesem. Ob Bauer, Läufer, Springer, Turm, Dame oder König, Ihre Möglichkeiten sind begrenzt. Die beiden Schachspieler ziehen ihre Figuren entsprechend ihrem jeweiligen Können. Ob Sie von einem Unfähigen oder nur strategisch geopfert werden, obliegt nicht Ihnen. Auch Vorstände und Geschäftsführer dürfen nur innerhalb bestehender Regeln agieren. Die Spielregeln werden von Kapitaleignern bestimmt, nur die sind weitgehend frei.

Wählen Sie sorgfältig aus, wo Sie mitspielen möchten

Eröffnen Sie ein exklusives Modegeschäft in einem sozial schwachen Stadtviertel, werden Sie diese falsche Standortwahl wahrscheinlich mit einer Pleite bezahlen. Arbeiten Sie in einem für Sie unpassenden Umfeld, passiert Ihnen Vergleichbares. Die richtige Standortwahl ist für Ihren Berufserfolg der entscheidende Parameter. In einem zu Ihnen passenden Umfeld blühen Sie auf, im falschen verkümmern Sie.

Denker oder Macher?

Am besten ist es natürlich, wenn Sie ein denkender Macher sind. Aber ernsthaft: Wechselt ein Denker in ein Unternehmen, das Macher bevorzugt, scheitert er. Arbeitet ein Macher in einem Umfeld welches Denker benötigt, scheitert er ebenfalls. Sie können dies beliebig erweitern. In vielen Unternehmen zählt die Durchsetzung. Führungskräfte, die ihre Mitarbeiter optimal zielorientiert, aber ohne Druck führen, haben in solchen Unternehmen so gut wie keine Chance auf einen weiteren Aufstieg. Geborene Militaristen wiederum scheitern häufig bei einem mitarbeiterorientierten Stil. Ihre Kultur sollte also der Kultur Ihres Arbeitgebers möglichst perfekt entsprechen.

Unfähig ist stets der Schwächere

In der Probezeit werden Mitarbeiter entlassen, die nicht ins Umfeld passen. Eine Entlassung kann sowohl persönliche als auch fachliche Gründe haben. Nur, ehrlicher wäre das Eingeständnis einer fehlerhaften Mitarbeiterauswahl. Die Stellenbesetzung funktioniert wie ein Puzzlespiel. Freie Felder werden besetzt. Jedes neue Puzzlestück muss in den hierfür vorgesehenen freien Raum passen. Und wer hat den Überblick über das Gesamtfeld? Sicher nicht der Bewerber. Bewerber wirken in der Auswahl mit. Sie sollten deshalb immer ehrlich sein, denn wenn es schiefgeht, sind sie es, die die Folgen fast alleine zu tragen haben.

Peinlichkeiten vernichten Karrieren

Auf der Karriereleiter stolpert zuverlässig derjenige, der sich lächerlich macht. Noch schlimmer für ihn, wenn sein Verhalten auch seinen Vorgesetzten düpiert. Wer einem Vorgesetzten dessen „Gesicht“ nimmt, verliert nicht nur bei Asiaten. Bewahren Sie Ihren Vorgesetzten möglichst vor Fehlern, falls Sie Risiken erkennen. Wer seinem Chef in kritischen Situationen tapfer zu Seite steht, wird aufsteigen. Wer triumphiert, weil er diesem Nichtskönner das von ganzem Herzen gönnt, wird sich an seinem Triumph nicht allzu lange frohen Herzens erfreuen können.

Hochmut kommt (manchmal) vor dem Fall

Die Liste Hochmütiger, die als unbesiegbare Götter im Olymp thronen, ist lang. Hochmut macht sich besonders gerne bei denjenigen breit, die abgesichert sind. Wer auch im Falle seines selbstverschuldeten Scheiterns eine fürstliche Abfindung von mehreren Millionen erhält, kann sich seinen Hochmut doch risikofrei leisten. Natürlich stolpert gelegentlich auch ein Überflieger im unteren Führungsbereich. Das passiert jedoch erst, wenn er sich bei seinen Vorgesetzten unbeliebt machte. Spezialisten sind ja auch gerne „hochmütig“ und sie können sich das ebenfalls leisten, da sie ihr hohes Spezialistentum unersetzbar macht.

Unzufriedene machen selten Karriere

Das nicht zu Ihnen passende Studium, die falsche Berufswahl, der verkehrte Arbeitgeber, vieles macht unglücklich und beeinträchtigt dann die Karriere.

Wer die Spielregeln verletzt, wird des Unternehmens verwiesen

In jedem Unternehmen gibt es Gesetze, die nicht gebrochen werden dürfen. Am gefährlichsten für Neue sind aber meistens die „ungeschriebenen Gesetze“. Dazu gehört an erster Stelle die Anpassung an die gepflegte Unternehmenskultur. Diese kann die Kleiderordnung beinhalten, die Arbeitszeit und vieles andere mehr. Neue Mitarbeiter sollten erst einmal sorgsam beobachten, bevor sie selbst agieren. Und sie sollten sich nicht von anderen für Zweifelhaftes instrumentalisieren lassen.

Wer stehenbleibt, fällt zurück

Oder, wie es Altkanzler Helmut Kohl formulierte: Die Karawane zieht weiter. Wer zurückbleibt steigt entweder ab oder muss das Unternehmen verlassen. Ingenieure, die sich nicht weiterbilden, entsprechen schnell nicht mehr dem Stand der Technik. Bei den Kaufleuten geht das nur ein klein wenig langsamer. Weiter- und Fortbildung in eigener Regie wird heute von jedermann erwartet. Wenn Sie Ihr Unternehmen hierzu auffordert, wurden Sie bereits abgehängt.

Ist Teamfähigkeit wirklich wichtig?

Ein Team benötigt verschiedene Charaktere. Natürlich auch Teamplayer. Ein Team aus Teamplayern bringt allerdings oft nur recht wenig zustande. Es braucht ebenso Menschen, die wenig teamorientiert nach vorne drängen. Bequeme, Unbequeme, Kluge, Unbedachte, Macher und starke Könner. Im Fußball besteht ein Team nicht nur aus gleichgeschalteten „Freunden“.

Ist Bescheidenheit wirklich eine Zier?

Wer sich begeistert über sein eigenes Können stets lautstark lobt, nervt. Und wer andere nervt, macht keine Karriere. Der wird dann ausgebremst. Ein überragender Fleiß muss sich nicht negativ auf die Karriere auswirken. Fleißige sollten sich allerdings selbst fragen, warum sie so gerne fleißig sind. Schon manche Führungskraft, die aufgrund ihres Fleißes befördert wurde, entwickelte sich zum

unglücklichen Manager. Wer die Perfektion anstrebt, kann sich eher als Spezialist verwirklichen. Hier darf er perfekt arbeiten.

Auf brüchigem Eis ist Vorsicht geboten

Großwildjäger wissen, dass tote Großkatzen gefährlicher sind als lebende. Schon mancher unvorsichtige Waidmann, der sich den finalen Schuss sparte, fiel seiner mangelnden Vorsicht zum Opfer. Was können Sie hieraus lernen? In jedem Unternehmen findet ein permanenter Kampf statt. Das ist Evolution. Die Starken überleben und steigen auf. Unvorsichtige fallen ihnen zum Opfer. Wer seinen Träumen vom schnellen Aufstieg zu früh Ausdruck verleiht, stellt oft fest, dass aus diesen, dank neidischer Kollegen, Albträume wurden. Auch wer zu offensichtlich zu den Großen im Unternehmen gehören möchte, wird von diesen schnell zurechtgewiesen und wieder auf seinen Platz gestellt.

Undank ist des Helfers Lohn

Alle Kollegen unterstützen ihn nach besten Kräften, den beliebten Aufsteiger. Und dank der Kollegenhilfe erreicht er auch sein Ziel. Ab da ist er der Chef. Wer das nicht sofort begreift, wird hart zurechtgewiesen. Autorität muss sein. Alle Erfolge gehören ab sofort nur ihm. Misserfolge delegiert er unverzüglich. Die Revanche erfolgt schnell. Man lässt ihn ungerührt in „offene Messer“ laufen.

Die Ungeduld treibt ihn voran

Nach Schwächen im Bewerbungsgespräch gefragt, hören Interviewer stets, dass der Kandidat noch an seiner außerordentlichen Ungeduld arbeite müsse. So werden, zumindest in seiner eigenen Vorstellung, aus Schwächen Stärken. Ungeduld wird dann zum Fallstrick werden, wenn der Abgang des langjährigen Vorgesetzten sich verzögert, wo doch der freiwerdende Stuhl schon im Visier ist.

Das Internet als Karrierekiller

Im Internet findet sich bei jüngeren Menschen auch nicht Karriereförderndes. Personalmanager haben wenig Zeit, sie werden eher selten hiernach fahnden. Seien Sie nicht traurig, wenn Sie nicht in einem Unternehmen arbeiten dürfen, indem die Schnüffelei schon beginnt, bevor Sie überhaupt angestellt wurden. So entsteht niemals ein gegenseitiges Vertrauensverhältnis das Bestand hat.

07. Erfolgsmotivation

Inhaltsverzeichnis

Wahrnehmung

Jeder Mensch orientiert sich an der Wirklichkeit, die er sich selbst erschaffen hat. Diese Wirklichkeit reicht von der „0-Bock-Mentalität“ bis zur „Leistungsmotivation“. Menschen mit nur negativen Erwartungen an ihre Zukunft, reagieren dementsprechend und tragen somit dazu bei, dass ihre „Erwartungen“ sich dann auch tatsächlich erfüllen. Wer von Kollegen oder Chefs annimmt, dass diese ihn nur ablehnen oder mobben, wird seine gesamte Energie einsetzen, um die vermeintlichen Angriffe abzuwehren, mit dem Ergebnis, dass er sich irgendwann in der befürchteten Situation befindet. Wer etwas Bestimmtes erwartet, befürchtet oder erhofft, reagiert vorwiegend hierauf. Viele Menschen nehmen zudem nur das bewusst wahr, was sie „gerade“ interessiert. Informationen, die nicht ihren aktuellen Interessen entsprechen, werden ausgefiltert. Nur wer der Wirklichkeit offen begegnet, erkennt erfolgsversprechende Aspekte.

Motivation

Das Wort Motivation leitet sich aus dem lateinischen „motus“, die Bewegung, ab. Ohne ein erstrebenswertes Ziel ist weder eine Eigen- noch Fremdmotivation möglich. Widerstände werden nur überwunden, wenn das Verlangen hierzu genügend hoch ist.

Negative Motivation

Menschen können durch Strafandrohung zum gewünschten Handeln bewegt werden. Dies funktioniert aber jeweils nur so lange, wie der ausgeübte Druck bestehen bleibt. Wer so führt beklagt oft, dass während seiner Abwesenheit niemand arbeiten würde. Diese Art der Führung von Mitarbeitern wird schnell auch dadurch „unwirtschaftlich“, da der Aufbau der erforderlichen Kontrollsysteme erheblichen Mitteleinsatz verlangt. Die erzeugten Frustrationen führen zudem an anderen Stellen zu neuen Problemen.

Belohnungssysteme

Wer Mitarbeiter durch „Belohnung“ anspornt, geht von dem aus, was ihn motiviert. Die Bedürfnisse der betroffenen Mitarbeiter müssen dem jedoch nicht entsprechen. Also muss zunächst herausgefunden werden, was diese denn „bewegen“ könnte. Wird dieses vernachlässigt, verpufft die Belohnung ohne das erwünschte Ergebnis.

Motivationsstrategie

Wir handeln nur, wenn wir hinreichend bedeutsame Bedürfnisse befriedigen möchten. Je erstrebenswerter unser Ziel ist, umso ausgeprägter ist unser Wille es zu erreichen. Jede Handlung kostet Energie, das Ziel muss somit höherwertiger als der Aufwand sein. Wer sein nachdrücklich angestrebtes Ziel nicht erreicht, reagiert hierauf frustriert. Oft wird das Ziel nicht erreicht, da der vorhandene Wille zur Erreichung des Zieles nicht der wirklich gewünschten Vorstellung im Unterbewusstsein entsprochen hat. Durch ein Versagen aufgestaute Aggressionen entladen sich nach außen oder innen. Ein optimaler Aggressionsabbau gelingt dem, der diese in neue „Energien“ umwandelt.

Fremdmotivation

Eine Motivation ist einfach möglich, wenn anzustrebende Ziele deckungsgleich sind. Schon unsere Vorfahren haben in gemeinsam ausgeübten Jagden dieses Prinzip genutzt. Eine Einigung lässt sich meist auch erzielen, wenn sich Ziele deutlich überschneiden. Schwierig wird es dann, wenn die erstrebenswerten Ziele sehr unterschiedlich sind. Bei einer gemeinsamen Zieldefinition ist die Motivation zur Zielerreichung am höchsten. Wer als Führungskraft nur einseitig fordert, erreicht einen motivationslosen Einsatz.

Selbstwertgefühl

Chefs, die das Selbstwertgefühl anderer absichtlich oder unabsichtlich verletzen, zerstören deren Selbstvertrauen sowie ihre Arbeitsfreude und ihren Leistungswillen. Mitarbeiter dienen niemals Organisationen sondern arbeiten für ihr Beziehungsumfeld und dies besteht aus ihrem Chef, den Kollegen, ihren Mitarbeitern und den Geschäftspartnern. Wer dies nicht beachtet, tötet jede Kreativität, jede Begeisterung und Lebensfreude. Wer dazu beiträgt, dass negative Energien durch Frustrationen aufgebaut werden, schädigt nicht nur seine Mitarbeiter sondern auch sich selbst und sein Unternehmen.

Selbstvertrauen

Führungskräfte, die nur sehr wenig oder gar kein Vertrauen zu sich selbst besitzen, sind auch nicht bereit, das Selbstvertrauen ihrer Mitarbeiter weiter zu entwickeln. Nur diejenigen unter den Chefs, die selbst Könner sind, ertragen und fördern Könner.

Freudlosigkeit

Permanentes Jammern und Probleme selbst da zu suchen, wo gar keine sind, ist „in“. Wer vorwiegend darüber nachdenkt, dass er seine Pflicht tut, hat bereits ein Problem. Das Problem sind jedoch viele selbst und nicht der Chef, die Kollegen oder Mitarbeiter. Fragen Sie sich doch einmal selbst: Sind Sie wirklich noch von Ihrer Arbeit begeistert? Können Sie Ihr Können, Ihre analytischen Fähigkeiten und Ihre Kreativität voll entfalten? Sind Sie überwiegend zufrieden mit sich selbst und Ihrer bestehenden Lebenssituation? Sofern Sie diese Fragen hauptsächlich bejahen, weichen Sie bereits von der „Norm“ ab. Falls Sie überwiegend unzufrieden sind, analysieren Sie hierfür die wirklichen Gründe und stellen Sie diese dann sukzessive Punkt für Punkt durch geeignete Maßnahmen ab.

Sender

Der Mensch ist das, was er denkt - eine nicht neue, jedoch bedeutsame Erkenntnis. Andere Menschen spüren auch die von uns vermittelten nonverbalen Botschaften. Sie erkennen somit auch ohne Worte, wie wir ihnen gegenüber eingestellt sind. Ebenso senden wir umfassende Botschaften über unsere derzeitige Stimmungslage. Andere können meist recht einfach erkennen, ob wir deprimiert oder motiviert sind. Unsere Einstellung zu uns selbst prägt somit auch die Einstellung der anderen zu uns. Wir sollten uns schon deshalb engagiert darum bemühen, stets positiv zu denken. Eine Änderung unseres „Denkens“ erreichen wir nur über unsere emotionale Ebene.

Selbstbild

Menschen tragen die unterschiedlichsten Masken um sich nicht offenbaren zu müssen. Die aufgesetzte Maske entspricht der jeweiligen Erwartungshaltung an die Person. Menschen verhalten sich somit entsprechend der empfundenen Erwartungshaltung. Sie sind deshalb ebenso der lockere Kumpel in Gesellschaft als

auch der gewissenhafte Wissenschaftler während der Arbeit oder der treusorgende Familienvater am Abend. Eine bestimmte Erwartungshaltung an uns reicht aus, um uns langfristig zu formen. Unsere Erwartungshaltung beeinflusst und verändert jedoch andere Menschen ebenso. Erwartet ein Lehrer von einem bestimmten Schüler überdurchschnittliche Leistungen, wird dieser Schüler solche auch bei einer nur durchschnittlichen Begabung erbringen.

Konsequenzen

Wer einen auch überdurchschnittlich befähigten Mitarbeiter für unfähig hält, wird diesen Mitarbeiter Schritt für Schritt zu einem solchen entwickeln und formen. Wer einen anderen Menschen als kompetent und hochbegabt einschätzt, fördert diesen hingegen erheblich weiter, selbst wenn er dies keinesfalls ist. Viele Vorgesetzte behandeln ihre Mitarbeiter so, wie es ihrem Vorurteil entspricht. Deshalb entwickeln sich Mitarbeiter bei einem positiv und beim anderen negativ.

Missverständnisse

Führungskräfte verbringen eine erhebliche Zeit damit, Informationen aufzunehmen. Sie strukturieren, analysieren, bewerten diese Informationen bevor sie entscheiden. Ihre Entscheidung treffen sie aufgrund des „Bildes“, das sie sich gemacht haben. Sofern sie jedoch ihr „Bild“ nicht dem Mitarbeiter zutreffend vermitteln können, wird dieser nicht entsprechend ihren Vorgaben und tatsächlichen Absichten handeln. Genau an dieser Schnittstelle entwickelt sich die Klage über „unfähige“ Mitarbeiter. Versagt hat jedoch der Vorgesetzte, der dem Mitarbeiter die Botschaft übermittelte. Wer einem anderen etwas vermitteln möchte, muss sich ein „Bild“ darüber machen, wie der Empfänger die Information tatsächlich aufnehmen, begreifen und umsetzen wird.

Bildhaftigkeit

Je klarer das Bild in Ihrem Kopf ist, umso verständlicher können Sie es übermitteln. Wenn Sie auf einer digitalen Uhr die Zeit ablesen, setzt diese Ihr Gehirn analog um. Wenn Sie eine komplexe Situation erläutern, sollten Sie dies ebenfalls „bildhaft“ tun. Bilder entstehen durch „bildhafte“ Beispiele und ebenso durch reine Vorstellungskraft. Wenn Ihnen jemand schildert, wie er mit dem Auto von Stuttgart nach Heilbronn fuhr, so können Sie sich die beiden Orte merken oder sich die Fahrstrecke bildhaft vorstellen. Im letzteren Falle werden Sie die Information zutreffender und dauerhafter aufnehmen. Machen Sie sich also stets selbst ein „Bild“ und übermitteln Sie vorwiegend „Bilder“. Auch die Motivation ist durch die „Bilder“ positiver Beispiele besonders nachhaltig. Motivationsguru empfehlen deshalb, die Visualisierung dessen was Sie sich wünschen. Tragen Sie stets selbst als „Vorbild“ zur weiteren Entwicklung Ihrer Mitarbeiter bei.

08. Karrierepsychologie

Inhaltsverzeichnis

Wenig beeinflussbare Karrierefaktoren

Seit nunmehr vier Jahrzehnten beobachte ich wie das System Karriere funktioniert. Eher selten basiert eine Karriere nur auf perfekter Strategie und eigenem Können. Andere Menschen und nicht vorhersehbare Ereignisse bestimmen Karrieren mit. Der Faktor Zufall spielt somit eine wichtige Rolle dabei, ob jemand Karriere macht. Wer nicht zur richtigen Zeit am richtigen Ort ist, hat geringere Chancen aufzusteigen. Wer zur richtigen Zeit am richtigen Ort ist, muss sich schon erheblich anstrengen, um seinen Aufstieg zu verhindern, aber auch dies schaffen manche erstaunlich mühelos. Sie sollten deshalb die Fehler vermeiden, die Ihre Karriere verhindern könnten oder beenden können.

Aufstiegsorientierter externer Stellenwechsel

Menschen sind beharrlich, dies gilt selbst dann, wenn jemand Karriereambitionen hat. Auch hochqualifizierte Menschen „verändern“ sich vorwiegend nur bei äußerem Druck. Dieser Druck kann durch Vorgesetzte oder die wirtschaftliche Lage erzeugt werden. Kommen aufstiegsorientierte Menschen mit ihrem Vorgesetzten nicht mehr zurecht und erkennen, dass sie dieses nicht ändern können, orientieren sie sich eher extern. Dasselbe gilt, wenn sie erkennen, dass ihr Unternehmen voraussichtlich scheitern wird. Erst der äußere Zwang zum Wechsel zwingt sie, sich mit externen Aufstiegschancen intensiver auseinanderzusetzen und einen Unternehmenswechsel anzustreben.

Vom Markt wenig nachgefragte Führungskräfte

Die erstaunlichsten Karrieren gelingen häufig höchst „mittelprächtigen“ Managern. Die wirklichen Top-Kandidaten werden angesprochen und wechseln deshalb auch. Der an sich kaum begehrte „Mittelprächtige“ steigt dann mangels Konkurrenz auf. Sicherlich spielt hierbei noch mit hinein, dass selbst eher schwache Vorgesetzte keine starken Kronprinzen aufbauen, da sie ja hierdurch ihren eigenen Job gefährden.

Die Freibeuter

Schon so mancher Mittelständler holte sich seinen Wunschnachfolger vom Markt. Leider haben nicht wenige dieser Manager vorwiegend eigensüchtige Interessen. Diese fördern deshalb zukünftig vor allem diejenigen, die ihnen für ihr Vorhaben nützlich erscheinen.

Externe Manager sind begehrenswerter

Langjährig tätige Manager gelten bei manchen Unternehmern als betriebsblind und zudem weiß man ja auch schon, was diese alles nicht so perfekt können. Deshalb versuchen viele Unternehmer zunächst externe Kandidaten zu gewinnen, da man in diese ja auch alle seine Wunschvorstellungen hineininterpretieren kann. Ist der Neue einige Zeit tätig, sieht man, dass auch dieser nur „mit Wasser kocht“.

Risiken in inhabergeführten Unternehmen

Viele tausend inhabergeführte Unternehmen benötigen externe Nachfolger, da die eigenen Kinder nicht geeignet sind oder andere Interessen verfolgen. Bei inhabergeführten Unternehmen ist eine Einarbeitung meist sichergestellt und

hierdurch ergeben sich schon häufig die ersten riskanten Stolpersteine, da viele geschäftsführende Gesellschafter und hierbei besonders diejenigen, die ihr Unternehmen aufgebaut haben, einen oft eigenwilligen Führungsstil pflegen. Gelegentlich haben sich Inhaber erst beim dritten Geschäftsführer damit abgefunden, dass auch ein anderer Führungsstil akzeptabel ist und durchaus erfolgreich sein kann. Auch ein Beirat kann erhebliches Konfliktpotential beinhalten, wenn in ihm vorwiegend Politik gemacht wird und nicht die Interessen des Unternehmens im Vordergrund stehen. Durchaus nicht selten mischt auch eine fest etablierte Unternehmensberatung mit. Zunächst kam diese in das Unternehmen, um Restrukturierungen durchzuführen, doch nach einiger Zeit beteiligen sich die Berater eifrig an der Unternehmensführung. Für jeden Neuen ein undurchdringliches Gemenge unterschiedlichster Interessen. Stört er die Interessen einer dieser Gruppen, kann er hierüber durchaus scheitern.

Der Proporz

Speziell in Familiengesellschaften mit mehreren Inhaberfamilien spielt der Proporz eine durchaus entscheidende Rolle - jeder will angemessen repräsentiert werden. Bei angestellten Managern zählen nicht vorrangig das Können und die Befähigung; bedeutsamer für ihre Auswahl ist, welchen Familienstamm sie repräsentieren. Die Wirkung des Proporz lässt sich am offenkundigsten in der Politik studieren und dies besonders in Zeiten großer Koalitionen, wo jeder um Pöstchen kämpft.

Beeinflussbare Karrierefaktoren

Jeder kann maximal das erreichen, was er im Unterbewussten tatsächlich anstrebt. Wird jemand gegen seine innerste Überzeugung in eine höhere Position befördert, wird er scheitern, obwohl er alle notwendigen Anforderungen bestens erfüllt. Unsere Limitierung setzen wir - ohne dies bewusst wahrzunehmen - somit selbst.

Beachten Sie die Spielregeln

Die eigene Selbstüberschätzung ist der allergrößte Feind einer jeden Karriere. Studieren und beachten Sie die Spielregeln Ihres Unternehmens sehr sorgfältig, denn wenn Sie diese verletzen, werden Sie unter Umständen sogar scheitern. Optimieren Sie kontinuierlich Ihre Arbeitsmethodik, Sie fallen ansonsten zurück. Lernen Sie von Ihren betrieblichen Konkurrenten, sie helfen Ihnen besser zu werden. Erforschen Sie die Erwartungshaltung Ihres Chefs, denn diese zählt stets vorrangig. Realisieren Sie zuerst bedeutsame Projekte, denn für die von Ihnen bewiesene Sorgfalt in unwichtigen Themen werden Sie eher selten befördert werden. Leiten Sie aus der Vergangenheit Zukünftiges ab, lernen Sie auch aus Misserfolgen. Konzentrieren Sie sich nicht auf zu viele Baustellen, sie verlieren sonst den Überblick. Bewegen Sie sich stets innerhalb Ihrer Ressourcen, Verschwender schätzt niemand. Offensichtlich als nicht mehr entscheidend angesehen wird von vielen die Forderung, die Integrität über das eigene Ego zu stellen, sich anständig und korrekt zu verhalten. Manager dienen dem Unternehmen und dieses besteht hauptsächlich aus Menschen und nicht nur aus Aktionären, die vorwiegend an dem Aktienkurs interessiert sind. Handeln Sie stets so, dass Ihr Unternehmen und alle sonst am Ergebnis des Unternehmens Beteiligten hieraus den höchsten Nutzen erzielen.

Innere Gelassenheit

Aus dem Gleichgewicht gerät vorwiegend der, dessen Erwartungen enttäuscht wurden. Machen Sie sich bewusst, dass Sie bestimmte Dinge nicht werden ändern können und engagieren Sie sich nicht gegen Sachverhalte, die durch Sie nicht beeinflussbar sind. Versuchen Sie zu verstehen, warum sich andere Menschen

scheinbar falsch verhalten. Zwingen Sie andere nicht über konstruierte Horrorszenarien Ihrer Vorstellung zu folgen. Analysieren Sie jeden Sachverhalt zuerst hinsichtlich seiner Dringlichkeit und Relevanz.

Verhalten und Karriere

Kluge Chefs verwenden das Wort „Bitte“ und vermeiden stets die Befehlsform. Wenn Sie Forderungen an andere stellen, sollten Sie deren Sichtweise beachten. Spielen Sie niemals Mitarbeiter, Vorgesetze oder Kollegen gegeneinander aus. Kritisieren Sie emotionsfrei und maßvoll und werden Sie hierbei nie persönlich. Suchen Sie mit dem Betroffenen den besseren Weg und bleiben Sie versöhnlich. Reagieren Sie auf Fehler so, dass sich Ihre Mitarbeiter getrauen diese einzugestehen. Bauen Sie tragfähige Beziehungen zu den Menschen Ihres betrieblichen Umfeldes auf. Nehmen Sie auch Rücksicht auf persönliche Problemstellungen Ihrer Mitarbeiter. Widmen Sie Ihren Gesprächspartnern Ihre volle Aufmerksamkeit, nehmen Sie sie ernst. Machen Sie nie jemanden „klein“, unterstützen Sie andere dabei, ihr Gesicht zu wahren. Loben Sie lieber einmal zu viel als zu wenig und niemals nach dem Gießkannenprinzip. Benützen Sie das Zauberwort „Danke“, wann und wo immer es angebracht erscheint.

Vermeiden Sie Fallstricke

Analysieren Sie Ihr Unternehmen wie ein meisterlicher Schachspieler sein Spielbrett. Ihr eigener Zug hängt stets davon ab, wo Ihre Mitspieler stehen und wie diese agieren. Tragen Sie Rivalitäten angemessen aus, auch wenn Sie gerade die Oberhand haben, denn in der sicher kommenden Revanche bestimmt vielleicht Ihr Rivale die Spielregeln. Agieren Sie stets überlegt und setzen Sie nicht jedes mögliche Mittel bedenkenlos ein. Gewinnen Sie Ihre Gegner zu Verbündeten, ein häufig missachteter Wahlspruch. Bringen Sie nicht alle anderen gegen sich auf, indem Sie wild um sich schlagen. Operieren Sie variantenreich, mal nett, mal behutsam, mal kraftvoll und entschieden. Achten Sie auf Gefahrensignale, indem Sie Ihre Sensoren stets ausgefahren lassen. Wer nicht erkennt, wer gerade an welchem Faden zieht, hängt bald selbst an einem. Pflegen Sie Schlüsselbeziehungen, damit Sie niemals „kalt“ erwischt werden. Gönnen Sie sich keine Freiheiten zum Nachteil anderer, dies könnte sich rächen. Verletzen Sie die Befindlichkeiten anderer nicht und vor allem nicht dadurch, dass Sie diesen im Beisein Dritter sagen, was Sie von ihnen und ihrem Können halten. Vernetzen Sie sich selbst in Ihrem Beziehungsumfeld, bauen Sie Ihre Seilschaft auf, denn im Falle eines Absturzes bietet Ihnen dies zumindest eine gewisse Sicherheit.

09. Psychologisches

Inhaltsverzeichnis

Psychologisches für Führungskräfte

Menschen erlernen manche Berufe nur aufgrund einschneidender Schlüsselerlebnisse. Viele werden ja beispielsweise Arzt, da nahe Verwandte lebensgefährlich erkrankten. Psychiatern sagt man nach, dass sie dieses Fach aufgrund eigener Probleme studierten. Wie dem auch sei, ein wenig Psychologie ist auch für Führungskräfte durchaus nützlich, denn sie erklärt uns das Verhalten von Mitmenschen sowie dessen mögliche Ursachen.

Erkennen was andere fühlen

Spiegelneuronen seien es, die uns das erahnen lassen, was noch gar nicht passiert ist. 1992 wurden sie entdeckt, als ein Neurologe Gehirnströme eines Affen untersuchte. Spiegelneuronen bilden spiegelbildlich die Gefühle von anderen Menschen in uns ab. Hierbei reicht ein kurzer Blick, um sich den darauffolgenden Ablauf vorstellen zu können. Warum mutieren wir dann nicht zu Marionetten? Dies verhindert offensichtlich eine neurale Schranke im Gehirn, die solche Signale nicht an unsere Muskeln weiterleitet.

Wer zögert verkürzt sein Leben

Gefühle sowie unsere Primärfunktionen werden durch das limbische System gesteuert. Dies betrifft beispielsweise Angstreaktionen bei Gefahr sowie Hunger oder Durst. Lebensbedrohliche Situationen erfordern ein blitzschnelles Erkennen und Reagieren und zwar schon dann, wenn erst der Ansatz zu einer solchen Situation erkennbar ist. Offensichtlich spielen hierbei Spiegelneuronen im limbischen System eine wichtige Rolle. Das limbische System sitzt in einer alten Gehirnregion unserer Großhirninnenfläche.

Auch Fiktives kann als Realität empfunden werden

Berührt uns etwas, kann das sowohl positive als auch negative Emotionen erzeugen. Krabbelt eine gefährlich aussehende Spinne auf der Hand eines Filmschauspielers, reagieren auch wir als unbeteiligte Zuschauer mit einer exorbitanten „Gänsehaut“. In unserem Gehirn übernahmen in diesem Falle die Spiegelneuronen die Regie. Der Unterschied zwischen Fiktion und Wirklichkeit wurde für uns aufgehoben. Menschen, die froh gestimmt sind, stimmen uns ebenfalls fröhlich, Ängstliche beeinflussen uns so, dass unsere positive Grundstimmung verfliegt und trauernde Menschen stimmen uns ebenso traurig. Wir leiden mit ihnen solidarisch mit.

Auch nur dem Anscheine nach Gefährliches schürt Ängste

Gefährliches lässt uns beim bloßen Zusehen schon erschrecken. Ein Schiff sinkt, die Menschen versuchen verzweifelt ihr Leben zu retten. Stuntmen springen von Dächern. Szenen, an denen wir unbeteiligt sind - aber wir reagieren auf sie als wären wir selbst unmittelbar im Geschehen involviert. Wir gehen total mit. Unser Gehirn spiegelt Handlungen eines anderen Menschen in einer Simulation, wobei uns Teile der Handlung ausreichen, um uns den Rest vorstellen zu können. Dies erklärt beispielsweise auch die Wirkungsweise mentaler Trainingstechniken.

Empathie entspricht Einfühlungsvermögen

Spiegelneuronen sollen bei der Empathie ebenso eine entscheidende Rolle spielen, wie bei unserer Sprachentwicklung. Davon gehen einige Gehirnforscher aus. Sie helfen uns ebenfalls dabei, einen anderen Menschen ganzheitlich zu erfassen und dessen Gefühle zu verstehen und uns dabei klarzuwerden, wie er handeln wird. Dabei müssen wir nicht notwendigerweise, dessen Gefühle auch selbst teilen. Und wir überschreiten oder vermischen hierbei auch keine persönlichen Grenzen. Wer die Gefühle, Sorgen und Wünsche anderer Menschen wahrnehmen kann, gilt als sozial kompetent. Empathie wird als „Soft Skill“ von Managern gefordert.

Was wir empfinden nehmen andere wahr

Jeder kennt es. Beginnt einer mit ausgedehntem „Gähnen“ fallen andere synchron ein. Natürlich könnte das auch an der verbrauchten Luft oder zu langen Konferenzen liegen, vermutlich sind aber hierfür eher die Spiegelneuronen in unserem Gehirn verantwortlich. Selbst unsere Hunde gähnen ja mit, wie Verhaltensforscher erkannten. Spiegelneuronen befinden sich auch in Gehirnregionen, die unsere Bewegungen steuern. Beobachten wir, wie sich jemand in den Finger schneidet, werden diese Neuronen aktiv. Wir empfinden Schmerz oder Ekelgefühle, wenn wir Handlungen anderer beobachten. Und wir können offensichtlich die Absichten anderer Menschen intuitiv nachvollziehen, indem wir Aktionen anderer innerlich imitieren und gleichzeitig spiegelbildlich abbilden. Spiegelneuronen sind offensichtlich die neurologische Basis für unser intuitives Wissen und unser Verständnis dessen, was andere Menschen in unserer Nähe fühlen und sie lassen uns die Freude oder auch den Schmerz anderer Menschen mitempfinden. Auch die „anregende“ Wirkung von Pornografie basiert ja letztlich hierauf.

Alles fließt zu uns

Ein Vorgesetzter, der mit höchster Taktzahl Hektik verbreitet, stresst alle erheblich. Auch hohe Nervosität verbunden mit erheblicher Unruhe überträgt sich auf andere. Freudiges stimmt uns selbst freudig. Traurige Gesichter stimmen uns ebenso traurig. Wir fühlen, ob jemand in guter Stimmung ist, oder ob er gerade Angst empfindet. Wir erkennen, ob jemand himmelhochjauchzend verliebt ist, oder sich angeödet fühlt. Und wir erkennen solches selbst dann, wenn er uns etwas Gegenteiliges erzählt. Menschen imitieren Verhaltensweisen, dies vollzieht sich bei Stimmungen sowie in den Gesichtszügen und in der Körperhaltung. Das Gegenüber wird gespiegelt. Je verbundener wir uns einem anderen fühlen, umso stärker spiegeln wir ihn.

Wir sind, was wir denken das wir sind

Schimpansenbosse stehen in der Hierarchie ganz oben, weil sie die Stärksten sind. Aber auch trickreiche Schimpansen schaffen den Sprung an die Spitze der Gruppe, wenn sie anderen mit lautem Geschrei und Imponiergehabe Stärke nur vorspielen. Selbst Menschen lassen sich so überzeugen. Schau anstatt Können funktioniert oft.

Durchsetzen kann sich nur, wer sich stark fühlt

„Kraftmeier“ sind in Unternehmen mit einem mitarbeiterorientierten Stil nicht gefragt. Durchsetzungsstarke hingegen schon. Studieren Sie vorab den vorherrschenden Stil. Wie verhalten sich hier die strategisch und taktisch erfolgreichen Führungskräfte? Gegen persönliche, unsachliche Angriffe sollten Sie sich angemessen zur Wehr setzen. Denn wenn Sie sich öfters über „den Tisch ziehen lassen“, verlieren Sie Ihr Gesicht. Nur wenn Sie Ihr Fachgebiet perfekt beherrschen und Ihrer Aufgabe gerecht werden, dürfen Sie anderen tatkräftig den Weg weisen und sich auch gegen diese durchsetzen. Wenn Sie niemanden verletzen möchten, werden Sie sich niemals

durchsetzen können. Sie werden zwangsläufig andere Menschen verunsichern, wenn Sie selbstsicher auftreten. Kritisieren Sie bestehende Abläufe, kritisieren Sie ebenfalls die hierfür Verantwortlichen. Selbst mit konstruktiver, berechtigter Kritik werden Sie sich so keine Freunde schaffen. Sie werden Ihre Mitarbeiter und Kollegen für Ihre Ziele instrumentalisieren müssen, wenn Sie in Ihrer Verantwortung als Führungskraft vollumfänglich entsprechen wollen.

Angst vernichtet Ihr Selbstvertrauen

Viele Menschen sind eher ängstlich veranlagt und verstecken sich lieber in der Menge. Führungskräfte verlassen den Schutz der Gemeinschaft, sie riskieren erheblich mehr. Wer sich selbst schützen muss, sollte sein Umfeld ständig beobachten und analysieren. Welcher Ihrer Mitspieler spielt sich gerade frei und erhöht so seine Aufstiegschancen? Wird er hierdurch Ihre eigenen Perspektiven eliminieren? Können Sie ihn stoppen? Wer torpediert Sie bewusst und versucht Sie damit elegant ins Leere laufen zu lassen? Halten Sie den Gegendruck aus, wenn Sie selbst von Konkurrenten unter Druck gesetzt werden? Sind Sie bereit, Schwächen Ihrer Konkurrenten für Ihren eigenen Aufstieg zu nützen? Halten Sie längere Durststrecken durch ohne in Ihren Anstrengungen nachzulassen?

Bewusste Imagepflege stärkt Ihr Selbstvertrauen

Fleiß ist kein Karrierehindernis. Fleißige vernachlässigen aber oft ihre Imagepflege und ohne das sorgfältig gepflegte Image eines Gewinners ist kein Aufstieg möglich. Führen Sie ein Tagebuch mit allem, was Ihnen perfekt gelungen ist. Lesen Sie es oft. Autosuggestion funktioniert. Wer sich als den Größten preist, glaubt es irgendwann. Erst wenn Sie von sich selbst überzeugt sind, können Sie andere hiervon überzeugen. Und Ihr Glaube an Ihr überragendes Können, lässt Sie zu einem Könner werden. Sie brennen auf alle Herausforderungen, an denen Schwächere scheitern würden.

Ihr Unvermögen macht Sie erst menschlich

Die allerbeste Freundin ist die, der Frauen alles erzählen, was schiefgegangenen ist. Wer sich als Manager identisch verhält, sollte sich eine allerbeste Freundin suchen, die braucht er nämlich dringend, wenn er von taktisch Klügeren eliminiert wurde. Offenbarte Schwächen machen verwundbar - siehe Siegfried in der Nibelungensage. Ihre Schwächen werden von Konkurrenten ausgenutzt und sie übertragen Ihnen dann die Aufgaben, bei denen sich Ihre Schwächen besonders negativ auswirken werden. Thematisieren Sie Ihre Schwächen also niemals im Beisein neidischer Mitstreiter. Die Spiegelneuronen, unser eigenes Vorstellungsvermögen, gemachte Erfahrungen, vieles beeinflusst uns, ohne dass wir hierauf Einfluss haben, manches obliegt jedoch Ihrer Kontrolle und dieses können Sie dann auch so steuern, dass es Ihnen nützt.

10. Persönlichkeitspsychologie

Inhaltsverzeichnis

Psychologie

Die Psychologie als Lehre vom Seelenleben untergliedert sich in mehrere Bereiche. Nachfolgend wird lediglich der Bereich der Persönlichkeitspsychologie angesprochen.

Individuum

Jedes Individuum wird geprägt von Angeborenem und von Umgebungseinflüssen. In welchem Grad dies jeweils geschieht, ist unter Wissenschaftlern umstritten.

Persönlichkeit

Das Wort Person leitet sich aus dem lateinischen persona ab und meinte ursprünglich die von Schauspielern zur Darstellung eines Charakters in Rollen benutzten Masken. Somit ist unter dem Begriff Person die äußere Erscheinung plus Charakter zu verstehen. Präzise definiert der Begriff Persönlichkeit den Charakter wertfrei von Attributen. Die Definition eines Charakters beinhaltet hingegen die Bewertung der Persönlichkeit.

Persönlichkeitstheorie

Nach Eysenck unterscheidet sich die Persönlichkeit in vier Kategorien. Als erstes in den kognitiven Sektor - womit die Intelligenz gemeint ist. Dann in den conativen Sektor - womit der Charakter angesprochen wird. Ferner in den affektiven Sektor - der das Temperament darstellt und in den somatischen Sektor - womit die Konstitution definiert wird. Bereits Hippokrates lehrte, dass entsprechend den vier Grundelementen Luft, Wasser, Feuer und Erde vier menschliche Temperamentformen bestehen. Diese definierte der römische Arzt Galenus in Sanguiniker, Phlegmatiker, Choleriker und Melancholiker - diese Unterscheidungen sind bis heute üblich.

Motivationsstruktur der Persönlichkeit

Wurde von Siegmund Freud mit drei Motivations- /Antriebssystemen definiert: Dem ES, das ICH und das ÜBER-ICH als sogenannte Freud’sche Triade bekannt. Das ES als Quelle psychobiologischer Energie verkörpert Liebe und Hass. Das sich Fügen in das Unvermeidliche durch Erkenntnis stellt das ICH dar und die bewusste Kontrolle über die vorhandenen Triebe verkörpert das ÜBER-ICH.

Charakter

Unter Charakter ist vorrangig die Wertqualität einer Persönlichkeit zu verstehen. Das griechische Wort Charakter bedeutet das Eingegrabene oder Eingeschnittene. Das Wort Charakter weist somit auf etwas Festgelegtes und Bleibendes hin, während der Begriff Persönlichkeit etwas definiert, was grundsätzlich veränderbar ist. Der Begriff Charakter ist wesentlich älter als der Begriff der Persönlichkeit. Das Wort Charakter wird häufig in Form einer sittlichen Bewertung gebraucht. Mit Charaktererziehung ist z. B. die sittliche Heranbildung von Menschen gemeint.

Das 5-Faktoren-Modell zur Kennzeichnung der Persönlichkeit

1 Extraversion:

gesprächig, bestimmt, energisch, aktiv, offen, dominant enthusiastisch sozial, abenteuerlustig.

2 Verträglichkeit:

mitfühlend, nett, bewundernd, herzlich, warm, großzügig, vertrauensvoll, freundlich, kooperativ, feinfühlig.

3 Gewissenhaftigkeit:

organisiert, sorgfältig, planend, effektiv, verantwortlich, praktisch, vorsichtig, zuverlässig, überlegt.

4 Neurotizismus:

emotional unstabil, gespannt, ängstlich, nervös, launisch, besorgt, unstabil, empfindlich, reizbar, furchtsam, sich selbst bemitleidend, mutlos, verzagt.

5 Offenheit für Erfahrungen (= Intellekt oder Kultiviertheit)

breit interessiert, fantasievoll, intelligent, originell, wissbegierig, intellektuell, künstlerisch, gescheit, erfinderisch, geistreich, weise.

Motivationen

Durch psychophysische Prozesse passt sich ein Individuum an seine Umgebung an. Diese Prozesse finden bis zu einem gewissen Grade ununterbrochen statt, wobei jede Persönlichkeit durch ihre Vergangenheit und die erwartete Zukunft mitbestimmt ist - während sie im Jetzt der realen Gegenwart lebt. Somit bestimmen Rückblick und Vorausblick die aktuellen Lebensthematiken. Aus unbewussten und bewussten Motivationen leiten wir unsere Lebensziele ab. Selbst wer vermeintlich nur relaxed wird von Motivationen gesteuert und gelenkt.

Persönlichkeitstypen

Reformer oder Perfektionisten

Dies sind Menschen mit festen Idealen und Prinzipien. Sie treffen schnelle Urteile und streben Verbesserungen an. Häufig besitzen sie auch einen Hang zur Intoleranz und zum Perfektionismus.

Helfer und Fürsorgliche

Dies sind treue, fürsorgliche Menschen, die Anteil am Leid anderer nehmen. Sie können sich selbst vernachlässigen und zum Märtyrer werden.

Macher und Statusmenschen

Diese Menschen stehen gerne im Mittelpunkt und sind ehrgeizig und zielgerichtet. Sie besitzen einen Hang zum Äußeren und neigen zur Eitelkeit.

Künstler oder Romantiker

Diese Menschen besitzen Fantasie, große Emotionen und sind kreativ. Sie neigen jedoch zur Realitätsflucht und zur Depression.

Denker und Beobachter

Dies sind Menschen mit großem Wissensdurst und analytischen Fähigkeiten. Als Detailversessene neigen sie häufig zur Introvertiertheit.

Loyale

Loyale Menschen sind die geborenen Netzwerker. Sie sind vertrauenswürdig und kooperativ. Als Autoritätsgläubige neigen sie zu Ängsten.

Vielseitige und Abenteurer

Sie besitzen eine hohe Energie, sind vielseitig und oft charismatisch. Sie neigen zu impulsiven Handlungen und zum Extremen.

Führer oder Chefs

Diese Menschen besitzen ein hohes Selbstbewusstsein. Sie lieben Herausforderungen und führen gerne andere Menschen. Sie besitzen oft einen Hang zur Aggressivität.

Friedliebende

Diese Menschen sind meist beliebt, da sie für Harmonie sorgen. Sie ziehen sich gerne zurück und idealisieren oft andere.

Wesensmerkmale

Wesensmerkmale können aus den gezeigten Verhaltensweisen abgeleitet werden. Das Gesamtverhalten eines Menschen wird von seinen Ordnungsprinzipien gesteuert. Somit stellt dessen hierarchische Organisation das Zentrum seiner Persönlichkeit dar.

Sozialkompetenz

Die menschlichen Kompetenzbereiche untergliedern sich laut dem Anthropologen Heinrich Roth in Selbstkompetenz, Sozialkompetenz und Sachkompetenz. Grundlagen für die Beurteilung der Sozialkompetenz sind die Kommunikation, Kooperation, Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit und Koordinierungsfähigkeit. Bedeutsam sind Durchsetzung, Empathie, Sensibilität und die interpersonale Flexibilität. Sozialkompetente Menschen interagieren mit anderen so, dass ein Maximum an positiven bei einem Minimum an negativen Konsequenzen erzeugt wird.

Gerhard-Hermann

VERHALTEN

kun

für Manager und Mitarb

Parallelen in menschli

Denkmustern und tieris

Verhaltensmustern !

Verhaltenskunde für Erfolgsorientierte

Wer das Verhalten von Tieren kennt,
versteht auch menschliche
Verhaltensweisen besser.
Wir sind keine Tiere,
wir sind das Höchste,
was die Evolution je erschaffen hat.
Wir sind aber hoffentlich
noch nicht das Letzte,
auch wenn nicht wenige glauben,
dass Menschen das Übelste seien,
was die Evolution
jemals hervorgebracht hat.
Tiere folgen ihren Trieben,
sie sind instinktgesteuert.
Nur wir Menschen sind befähigt,
selbst zu denken.
Wir müssen nicht alles tun,
nach dem uns gerade der Sinn steht,
wir sind weitgehend selbst Herr
unserer Handlungen und somit auch
verantwortlich für diese!

Ihr Gerhard-Hermann Koch

1. Evolution einmal grundsätzlich gesehen

Inhaltsverzeichnis

Bei Menschen spricht man von Denkmustern. Tiere hingegen besitzen Verhaltensmuster. Menschen denken. Jedenfalls die meisten. Tiere verhalten sich, sie können (nicht) denken. Computer denken auch nicht. Obwohl sie inzwischen vieles besser können als wir Menschen. Computer besitzen ein Betriebssystem. Das regelt alle erforderlichen Grundfunktionen. Unser Hirnstamm plus Kleinhirn sind dem vergleichbar. Sie steuern und regeln ebenfalls. Wir wurden in langen Zeiträumen schlauer. Die Zyklen bei Computern sind erheblich kürzer.

Erkenntnis: Gott war mit uns geduldiger als wir es mit den von uns erschaffenen Computern sind!

2. Was Ethologen vom lieben Gott unterscheidet

Inhaltsverzeichnis

93% der Mitglieder der National Academy of Sciences glauben nicht, dass es einen Gott gibt. Nun, auch Naturwissenschaftler können irren. Jeder glaube deshalb, was er glauben möchte. Verhaltenskundler studieren das Tierverhalten möglichst in deren natürlichen Lebensräumen. Das ist nicht immer möglich, deshalb erfolgen Studien auch an Tieren, die nicht in Freiheit leben. Wer Raub- und Futtertiere mischt, stellt schnell fest, dass die Futtertiere weggefressen werden. Studien verlangen sowohl eine artgerechte als auch eine vor Fressfeinden geschützte Tierhaltung.

Erkenntnis: Das hat der liebe Gott, als er sein Ebenbild erschuf, leider nicht berücksichtigt!

3. Wenn Sie der Dompteur in der Manege sind

Inhaltsverzeichnis

Ob Manager oder Lehrer, wer andere Menschen anleitet oder führt, muss sich Respekt verschaffen. Sie verschaffen sich aber nicht nur Respekt kraft ihrer Autorität, sondern auch kraft Ihrer Strategie. Schüler sind überlegt und taktisch klug zu platzieren und Mitarbeiter in Besprechungen ebenso. Nehmen Sie den dominantesten Platz mit dem Rücken zum Fenster und dem Blick zur Tür ein. Setzen Sie immer Ihre Verbündeten zwischen diejenigen, die Sie eher nicht unterstützen werden. Platzieren Sie Ihren stärksten Verbündeten mit direktem Blickkontakt frontal Ihnen gegenüber.

Erkenntnis: Sie stärken Ihre Position, wenn Sie direkt zu Ihrer Rechten und Linken unterstützt werden!

4. Von Hütehunden und Schafen

Inhaltsverzeichnis

Der Schäfer ruht auf seinen Stock gestützt, er schaut ernst, denn Lächeln kostet zu viel Kraft. Seine Schafe fressen sich blökend durchs saftige Gras, kein Gedanke trübt ihr Wohlbefinden. Der Schäfer trägt die Verantwortung. Er kontrolliert und hetzt unnachgiebig seine Hütehunde. Die sind ruhelos in Bewegung, um die Schafe in die Richtung zu treiben, die der Schäfer wünscht. Unermüdlich umkreisen sie die Herde, um hirnlose Schafe davon abzuhalten sich zu verlaufen. Ein in sich ruhender Schäfer, Schafe die nur ans Fressen denken, rastlose, abgekämpfte Hunde.

Erkenntnis: Stets verantwortliche, stets schuldige, gestresste Hunde – so wie viele Führungskräfte!

5. Was wir von Klapperschlangen lernen können

Inhaltsverzeichnis

Nicht Gift nicht Zahn. Die arme Blindschleiche. Wird sie angegriffen, wirft sie ihren Schwanz ab. Dieser zappelt dann heftig im Grase und lenkt somit den Angreifer von der Blindschleiche ab. Sich hilflos fühlende Menschen verhalten sich gegenüber anderen Menschen wie Fluchttiere. Sie ducken sich nieder. Bewegen sich nicht und fliehen sofort, wenn Gefahr drohen könnte. Gefährliche haben es nicht nötig sich kleinzumachen. Sie warnen: „Ich bin ein ganz Gefährlicher“. Menschen vermitteln mit ihrer Körpersprache ihre Gefährlichkeit. Gefährliche plustern sich auf.

Erkenntnis: Wer „klappert“ vermeidet schon hierdurch eine für beide Seiten gefährliche Kraftprobe!

6. Die Hummel schaufelt sich durch die Luft

Inhaltsverzeichnis

Die Hummel kann nicht fliegen, zumindest aus aerodynamischer Hinsicht, sagen Ingenieure. So mancher Aufsteiger kann ebenfalls nicht „fliegen“, aber er beherrscht das Hummelprinzip. Die Hummel fliegt, als bewege sie sich durch Öl, erklärt uns Professor Ismet Gursul. Sie erzeugt einen See aus Luftwirbeln und dieser Ministurm ermöglicht es ihr zu fliegen. Dies erklärt doch sehr anschaulich das Verhalten so mancher, wenig befähigter Aufsteiger. Sie leisten zwar nur wenig, die von ihnen erzeugten „Luftwirbel“ tragen sie aber nach oben.

Erkenntnis: Wen nicht sein Können trägt, der muss sich halt durch die Luft schaufeln!

7. Revierkämpfe sichern den Betriebsfrieden

Inhaltsverzeichnis

Tiere, wie Rothirsche mit Schnelligkeit, Wendigkeit und Gewicht, lassen es schallend krachen. Bei denen schaltet das Testosteron in der Brunft selbst Durst und Hunger fast vollständig ab. Die Hirschkühe äsen weiter, sie interessieren sich für das männliche Imponiergehabe wenig. In Unternehmen ist es ebenso. Während die vermeintlichen „Alphatiere“ verbissen streiten, gehen Mitarbeiter ihrer Arbeit nach, da sie nicht ständig von Kontrollfreaks gestört werden. Kraft muss sich entfalten. Chefs, die sich untereinander bekämpfen, toben sich „intern“ aus.

Erkenntnis: Viele können in Ruhe arbeiten, wenn Ablaufstörer anderweitig beschäftigt sind!

8. Eisbären sind Einzelgänger

Inhaltsverzeichnis

Der Eisbär, eng verwandt mit dem Braunbären, gilt mit dem Kodiakbären als größtes Landraubtier. Der Ursus Maritumus verfügt über keine Mimik, er muss nichts mitteilen, er ist der Allergrößte. Eine Mimik ist nur für den nützlich, dem diese als Transporteur seiner Gefühle Vorteile bringt. Ein mimikloser Boss, die soll es auch geben, ist trotzdem Chef. Meistens aber ziemlich unbeliebt. Männliche Bären bringen er es auf durchschnittlich 500 kg bei bis zu 1,60 Meter Schulterhöhe. Männliche Eisbären sind, wie auch viele männliche Chefs Einzelgänger. Oben ist man immer einsam.

Erkenntnis: Beide können geduldig auf ihre Chance warten, schlagen dann aber blitzartig und hart zu!

9. Papageien-Wahrheiten sind „in“

Inhaltsverzeichnis

Eine Vorgesetztenfunktion bedeutet nicht, dass die anderen nur nachplappern dürfen. Beförderungshungrige Menschen wissen allerdings, dass das Nachplappern vorteilhaft ist. Papageien-Wahrheiten werden gerne von Mächtigen und / oder Wissenden übernommen. Sie beruhen also nicht auf selbstständig gefundenen Erkenntnissen oder auch Erlebnissen. Papageien-Wahrheiten finden Sie auch in den Verkündigungen bedeutender Religionen. Hier wird mit scheinbar „moralischen Geboten“ ein bestimmtes Verhalten erzwungen.

Erkenntnis: Auch im Management gibt es bedeutend mehr Nachschwätzer als Vordenker!

10. Lernen Sie von den Wölfen

Inhaltsverzeichnis

Wölfe leben, wie auch wir Menschen, in Gemeinschaften, die man bei den Wölfen Rudel nennt. In der Hierarchie einer strengen Rangordnung hat jeder Wolf seinen bestimmten sozialen Rang. Aus Fressgier verletzen rangniedere Wölfe häufiger das Vorrecht ranghöherer Rudelmitglieder. Hierauf folgt umgehend eine Bestrafungsaktion - denken Sie an Rituale in Vorstandssitzungen. Interessant ist, dass die Wölfe, im Gegensatz zu uns Menschen, niemals nachtragend reagieren. Sie leben nach dem Motto „neues Spiel, neues Glück“ und entwickeln keine Vergeltungsstrategien.

Erkenntnis: Üben Sie sich nicht in Selbstmitleid und vergeuden Sie keine Zeit mit Racheplänen!

11. Schimpansen ticken wie wir

Inhaltsverzeichnis

Bei den Schimpansen umgibt sich das männliche Alphatier mit nachgeordneten Vasallen. Dabei handelt es sich aber nicht um die Männchen, die im Rang direkt nachfolgen würden, sondern um schwächere Artgenossen. Der zweitplatzierte Schimpanse wäre zu gefährlich, da er dem Alphatier ja jederzeit erfolgversprechend dessen Rang streitig machen könnte. Der Zweitplatzierte wird isoliert, gemeinsam in Schach gehalten und möglichst vertrieben. Bei vielen angestellten Managern kann man eine solche Strategie ebenfalls beobachten.

Erkenntnis: Schwächere Artgenossen profitieren vom Alphatier und leisten hierfür Söldnerdienste!

12. Alle verteidigen ihr Territorium

Inhaltsverzeichnis

Ob Mensch oder Tier - jeder besetzt „sein“ Territorium und sichert es dann gegen andere ab. Grenzen verlaufen zwischen Hierarchien und zwischen Akademikern und Nichtakademikern. Wie der „Krieg“ zwischen den Meistern im blauen Mantel und den Ingenieuren im weißen Kittel. Aus Sicht der Meister weiß der Ingenieur stets sowieso „alles besser“ und aus Sicht des Ingenieurs sind die Meister unbelehrbare „Ignoranten“, die weder zuhören noch kooperieren. Misserfolge durch fehlende Kommunikation sind somit schon fast automatisch vorprogrammiert.

Erkenntnis: Sand im Getriebe zerstört Maschinen - fehlende Kommunikation die Leistungserbringung!

13. Der Vogel mit dem schönsten Spreizfuß

Inhaltsverzeichnis

Der Vogel, der den schönsten „Spreizfuß“ zeigt, überzeugt die Auserwählte und pflanzt sich fort. Der Löwe mit der prächtigsten Mähne ebenfalls. Diese Beispiele lassen sich beliebig erweitern. Der Bescheidene verliert im Rahmen der Evolution. Er darf sich nicht fortpflanzen und stirbt aus. Warum soll dieses „Naturgesetz“ nicht auch sonst im Leben gelten? Testosteron verlangt nach PS. Wer überzeugend darstellen kann, dass nur er der „Allerstärkste“ ist, wird nicht herausgefordert. Er gewinnt also ohne die Gefahr, dass er selbst „beschädigt“ wird. Nur wer es übertreibt verliert.

Erkenntnis: Bescheidenheit mag eine Zier sein, sie schmückt aber hauptsächlich Verlierer!

14. DikDiks suchen den Schutz Mächtiger

Inhaltsverzeichnis

Ein Leben als Zwergantilope ist nicht ungefährlich, vor allem weil man so gut schmeckt. Etwa 5 kg Lebendgewicht sind für fast alle Raubtiere und auch einige Raubvögel interessant. Wie gesagt, für fast alle. Löwen verschmähen so winzige Happen. Das rechnet sich nicht. Das wissen kluge DikDiks zu schätzen. Sie suchen den Schutz der Löwen gegen ihre Feinde. DikDiks, die in der Nähe von Löwenrudeln leben, können dort in Ruhe ziemlich alt werden. Menschen, die unauffällig im Umfeld Mächtiger leben, nutzen dieses Prinzip ebenso erfolgreich.

Erkenntnis: Vom Mächtigen als unbedeutend verschmäht, vor anderen wegen dem Mächtigen sicher!

15. Auch ein Wurm krümmt sich, wenn man ihn tritt

Inhaltsverzeichnis

Vielen Managern sagt man nach, dass sie unbedeutende Untergegebene nicht beachten würden. Jeder Mensch hat seinen Wert. Fleißige erarbeiten die Werte, die solche Manager oft „verspielen“. Fürsten, die über dem sogenannten Proletariat schweben, sind geistige und charakterliche Wichte. Reich ist nur der, der nicht vergessen hat, dass Reichtum erst recht zum Anstand verpflichtet. Wer reich geboren wurde, weiß aus eigenem Erleben nicht wie schwer der Weg nach oben ist. Wer diesen Weg ohne Protektion bewältigte, hat Glück gehabt und zudem sein Können bewiesen.

Erkenntnis: Geld alleine ist noch lange kein Reichtum. Reich ist, wer mit anderen und für andere lebt!

16. Selbst satte Raubtiere sind gefährlich

Inhaltsverzeichnis

Normale Raubtiere sind berechenbar. Psychisch gestörte Raubtiere oder Menschen nicht. Ein Raubtier kann von seinem Dompteur über seine „Fluchtdistanz“ sicher dirigiert werden. Das Tier weicht zurück, wenn seine Fluchtdistanz vom Dompteur unterschritten wird. Das funktioniert zuverlässig, wenn das Raubtier die Fluchtdistanz wieder herzustellen vermag. Ist ihm dieses nicht möglich, da es in eine Ecke getrieben wird, greift es seinen Dompteur an. Dieser Angriff erfolgt immer, denn diese Reaktion ist im genetischen Programm fest verankert.

Erkenntnis: Wer einem Menschen „sein Gesicht nicht lässt“, unterschreitet dessen Fluchtdistanz!

17. Schimpansen streiten schnell und laut

Inhaltsverzeichnis

Intrigieren oder Zweckbündnisse schließen sind übliche Taktiken bei Schimpansen. Fühlen sie sich von außen bedroht, halten Schimpansen aber schnell wieder zusammen. Schimpansenmännchen streiten schnell und laut und versöhnen sich schnell wieder. Schimpansenweibchen streiten seltener, aber wenn, dann sind sie lange unversöhnlich. Die DNA-Sequenz von Mensch und Schimpanse unterscheidet sich mit etwas über 1%. Vernehmbar hebt sich der Mensch vom Schimpansen nur durch die ihm eigene Sprache ab.

Erkenntnis: Wer so manche schwäbische Honoratioren schwätza hört, bezweifelt selbst das!

18. Rudeltiere überleben nur im Rudel

Inhaltsverzeichnis

Viele Menschen fürchten sich vor Hunden. Vor allem, wenn diese groß sind und gefährlich aussehen. Langanhaltende Hungerperioden zeigen selbst bei nachfolgenden Generationen Auswirkungen. Überlebenswichtige Erfahrungen werden gespeichert und mit den Erbinformationen weitergegeben. Unsere in der grauen Vorzeit lebenden Vorfahren fürchteten sich vor in Rudeln jagenden Raubtieren. Die Angst, selbst vor Raubtieren, die kleiner sind als wir, steckt uns immer noch in den „Knochen“. Rudeltiere sind nur im Rudel gefährlich. Gruppierungen zum Schutz Schwacher ersetzen das Rudel.

Erkenntnis: Auch Seilschaften fungieren letztendlich als Rudelersatz!

19. Piranhas jagen in Schwärmen

Inhaltsverzeichnis

Wer nur mit einer sehr großen Übermacht Beute machen kann, wird von uns Menschen nicht so sehr bewundert, wie der furchtlose Tiger oder der Weiße Hai. Piranhas sind langsam. Sie beißen ihrem Beutefisch die Schwanzflosse ab, damit der nicht fliehen kann. Dann fressen sie ihre Beute von hinten auf. Das ist klug, denn da sind keine gefährlichen Zähne. In Unternehmen schließen sich die Schwachen ebenso zusammen. Gemeinsam sind sie stärker. Kraftstrotzende Chefs erkennen solche Gruppierungen häufig erst, wenn es für sie bereits zu spät ist.

Erkenntnis: Ein Holzstäbchen kann man leicht brechen, sehr viele gleichzeitig jedoch kaum!

20. Viren, Bakterien und Pilze töten Großes

Inhaltsverzeichnis

Es ist so einfach. Wer stark ist, kann den Schwächeren ungestraft demütigen und verletzen. Von oben gesehen wirkt das Kleine oft so unbedeutend, dass es kaum noch wahrnehmbar ist. Nur, die meisten Großen werden nicht durch Großes vernichtet, sondern durch Kleines. Viren, Bakterien und Pilze können uns ganz schnell zu Fall bringen. Kleines stürzt Großes. Aber auch Menschen, die wir als unbedeutend gerne übersehen, sind nicht immer giftfrei. Manch einer sammelt erfahrene Kränkungen und schlägt zu, wenn wir gerade schwach sind.

Erkenntnis: Aufsteiger treffen als Absteiger erneut alle, die sie beim Aufstieg überrundeten!

21. Leoparden sind gefährlich

Inhaltsverzeichnis

Der Tod kommt schnell. Meist vollkommen lautlos von oben. Keine Gegenwehr ist möglich. Leoparden schlagen aus dem Hinterhalt zu. Sie sind Einzelgänger und perfekte Einzelkämpfer. Der Löwe brüllt seinen Stolz hinaus in die Nacht. Jeder andere kann sich auf ihn einstellen. Löwen sind wie die Manager, die unbekümmert vor allen Folgen ihre Macht demonstrieren. Mehr Kraft als Strategie. Langfristig siegt die Strategie. Denker schlagen reine Muskelprotze. Im Schach gewinnt, wer seine Strategie mit Geduld verbindet und seine Züge mutig setzt.

Erkenntnis: Kraftmeier imponieren durch Gebrüll, längerfristig gewinnen eher leise Strategen!

22. Löwen töten emotionsfrei

Inhaltsverzeichnis

Tiere sind nicht nachtragend. Die meisten in den überwiegenden Situationen jedenfalls nicht. Tiere wissen, dass das Aufbewahren von all dem, was uns widerfahren ist, uns belastet. Wer etwas „nachträgt“ verliert die Kraft, die er besser für Zukünftiges einsetzen sollte. Tiere handeln ökonomisch. Ist der Aufwand größer als der Nutzen, steht am Schluss der Tod. Ein Löwe, der sich auf den Mäusefang spezialisiert, verhungert. Er wird sich nicht fortpflanzen und kann somit seine „Fehlsteuerung“ nicht an Nachkommen weitergeben. Das ist Evolution.

Erkenntnis: Nachtragende verlieren im Evolutionskampf - sie sind nicht optimal angepasst!

23. Torschlusspanik führt zur Scheidung

Inhaltsverzeichnis

Tiere, die keinen Partner finden, reagieren hierauf ebenso wie Menschen mit Torschlusspanik. Ist die Paarungszeit bereits fortgeschritten, akzeptieren sie am Schluss jeden, der noch frei ist. Die falsche Partnerwahl führt jedoch auch bei Tieren zu ständigen kräftezehrenden Streitereien. Eierstöcke können sich zurückbilden. Geborene Jungtiere werden von der Mutter aufgefressen. Fremdgehende Partner lösen bei Tieren „Kurzschlusshandlungen“ aus, die ihre Kinder gefährden. Auch Tierkinder wachsen nur in einer harmonischen Familie glücklich und somit gesund auf.

Erkenntnis: Kinder, die in asozialen Familien aufwachsen, sind für ihr ganzes Leben geschädigt!

24. Auch Hunde können lachen

Inhaltsverzeichnis

Wer einen echten Freund sucht, nehme sich einen Hund. Eine häufig geäußerte Ansicht. Ein Hund ist ein domestiziertes Rudeltier. Seine Menschen sind für ihn nun das Rudel. Wer ein hündisches Verhalten mit menschlichen Maßstäben misst, liegt immer falsch. Hunde sind nutzenoptimiert. Freundlichkeit und Anhänglichkeit erhöht für sie den Nutzen. Hunde sind zuallererst Hunde. Hunde schätzen den, der sie am meisten füttert und sie unterwerfen sich dem, der das Rudel anführt. Häufig ist dieses aber der Schoßhund selbst.

Erkenntnis: Berechnende Menschen verhalten sich wie Hunde - sie „wedeln“!

25. Der Uhu ist nur nachts gefährlich

Inhaltsverzeichnis

Der Uhu ist ein Nachtjäger. Er entwickelte sich zum hochspezialisierten Jäger in der Dunkelheit. Nachts kann er selbst größere und stärker bewaffnete Raubvögel erfolgreich als Beute schlagen. Dem Beuteschema der Raubvögel entsprechen andere Raubvögel nicht. Es sei denn, sie hassen sie. Den Uhu „hassen“ andere Beutegreifer. Sie zahlen es ihm tagsüber heim, wenn sie ihn entdecken. Chefs sind mächtiger. Trotzdem müssen auch sie sich den unentbehrlichen Spezialisten beugen. Gebeugte Mächtige entwickeln Verursachern gegenüber gerne nicht nur wohlwollende Gefühle.

Erkenntnis: Wer seinen Chef durch sein Spezialwissen beherrschen will, lebt nicht ganz ungefährlich!

26. Schnecken gleiten selbst auf Rasierklingen

Inhaltsverzeichnis

Wer schleimt kommt voran. Er gleitet selbst gefahrlos auf den Schneiden schärfster Klingen. Schleim erleichtert erheblich das Eindringen. Auch wer unberechtigt gelobt wird, öffnet sich. Wer das sagt, was wir besonders gerne hören, dem schenken wir unsere Aufmerksamkeit. Nur bei einem „offenen Ohr“ kann der Schleimer erfolgreich seine Überzeugungsarbeit leisten. Selbst wenn andere mit Widerwillen dem Treiben eines Schleimers zusehen, er wird aufsteigen. Schleimer können nur durch überschleimen überholt werden. Aber wer möchte solches schon?

Erkenntnis: Wäre schleimen nicht so effizient, würde es von der Natur nicht eingesetzt!

27. Nicht nur Chamäleons wechseln ihre Farbe

Inhaltsverzeichnis

Chamäleons - auch Wurmzüngler genannt - stellen unter den Reptilien eine eigene Klasse dar. Mit dem Helm auf seinem Kopf kann das Chamäleon den Umriss seiner Körperform verändern. Mit ihren einzeln beweglichen, hoch entwickelten Augen suchen sie die Umgebung nach Beute ab. Frauen sehen zwar nicht so gut, aber annähernd so viel, da auch sie ihre Augen verdrehen können. Chamäleons kommunizieren mittels Farbwechsel. So beeindrucken sie Konkurrenten und Weibchen. Wer seine Ansichten frühzeitig nach dem Mainstream ausrichtet, gilt als menschliches Chamäleon.

Erkenntnis: Wer als Chamäleon tituliert wird, sollte dieses nicht unbedingt als Lob empfinden!

28. Der Rassehund kommt aus gutem Hause

Inhaltsverzeichnis

Er hat einen Stammbaum. Den hat der Straßenköter nicht, der nur leidenschaftlich gezeugt wurde. Die mit blauem Blut, die Adeligen, haben ebenfalls einen Jahrhunderte umfassenden Stammbaum. Der Mensch stammt vom Affen ab. Nur wer reinen Glaubens ist, glaubt nicht an die Evolution. Lediglich ihr Stammbaum macht Rassehunde wertvoll, also ihre fremdbestimmte Zuchtauswahl. Der Wert eines Menschen bemisst sich ebenso nach seiner Herkunft. Er kommt aus gutem Hause. Ein verarmter Adeliger ist angesehener, als einer, der aus eigener Kraft gesellschaftlich aufstieg.

Erkenntnis: Das gute Haus schlägt eigene Leistung. Aufsteiger werden als Parvenüs weniger geachtet!

29. Die Schwarmintelligenz der Schmeißfliege

Inhaltsverzeichnis

Es ist die Schwarmintelligenz, die aus Dummen Kluges hervorbringt. Viel dumm ergibt schlau. In der Mathematik ergibt die Multiplikation von „Nullen“ als Ergebnis wiederum eine „Null“. Wer Visionen hat, sollte einen Arzt aufsuchen. Helmut Schmidts zeitloser Ratschlag an Spinner. Im Web verbreiten Menschen, die bar jeder Sachkenntnis sind, ihre Unwissenheit ungestraft. Wer etwas glaubt, wird zum Missionar der eigenen Überzeugung. Was viele sagen, stimmt. Heilsverkünder schreien anerkannte Autoritäten nieder. Unwissende verspotten Sachkundige.

Erkenntnis: Bestimmen „Karl-May-Schriftsteller“ über unser zukünftiges Wissen?

30. Stammt der Mensch vom Affen ab?

Inhaltsverzeichnis

Vor etwa 40.000 Jahren besiedelte der „moderne Afrikaner“ Europa. Sagen die Archäologen. Aufmerksame Beobachter erkennen unschwer, dass diese Besiedelung auch weiterhin anhält. Vor etwa 6 Millionen Jahren trennten sich die Wege der Menschenaffen und der Hominiden. Erst vor 1,7 Millionen Jahren entwickelte sich der „Homo erectus“, der aufgerichtete Mensch. Archäologen suchen nach noch fehlenden „missing links“. Gläubige begnügen sich mit Glauben. Die Dinosaurier beherrschten die Welt 200 Millionen Jahre. Ob wir das wohl auch schaffen?

Erkenntnis: Bis vor rund 10.000 Jahren lebten wir noch ziemlich primitiv vom Jagen und Sammeln!

Gerhard-Hermann Koch

PERSONAL

marketing

Erfolgreiche Strategien im Wettbewerb um die Begehrten !

„Eine der intelligentesten Lösungen für eine nachhaltige Verankerung mittelständischer Unternehmen im Bewusstsein der Leistungsträger von heute und morgen bieten die Gratis-E-Books des Personalberaters Gerhard-Hermann Koch."

Schrieb ein Marketingexperte auf seinem Blog.

Editorial Personalmarketing

Vom „Arbeitgebermarkt“ zum „Bewerbermarkt“.
Wer sich hierauf nicht frühzeitig vorbereitet,
verliert im „War for Talents“.
Vom Lebensmitarbeiter zum Veränderungsoffenen,
der gebotene Möglichkeiten auslotet,
die ihm der boomende Arbeitsmarkt bietet.
Qualifizierte Mitarbeiter langjährig zu binden,
wird zu einer existenziellen Aufgabe für die Unternehmen,
mit hohen Anforderungen an das Personalmarketing.
Die erfolgreiche Personalbeschaffung
wird für alle Unternehmen Voraussetzung
für ein weiteres Wachstum.
Seither sammelten Menschen frühzeitig Nützliches.
Heute googeln Hochqualifizierte dann,
wenn sie die Informationen benötigen.
Was ist Ihre vordringlichste Aufgabe,
damit Sie auch zukünftig
am externen Arbeitsmarkt erfolgreich sind?
Unternehmen, die Mitarbeiter suchen,
müssen im Internet permanent dort präsent sein,
wo sie von den Veränderungsoffenen
gefunden werden.
Wer nach Schlüsselworten zur Bewerbung googelt
ist sowohl veränderungsoffen als auch
offen für präsentierte Arbeitgeber.
Nur durch professionelles Personalmarketing
befinden Sie sich als Arbeitgeber
im Fokus (fast) aller Hochqualifizierten.
Ideal für Sie, wenn Ihr Unternehmen
in unseren eBooks präsentiert wird,
denn unsere eBooks befinden sich auf
Millionen Readern und Computern!

Ihr Gerhard-Hermann Koch

1. Gedanken zum Employer Branding

Inhaltsverzeichnis

Was bedeutet Employer Branding?

Für die Unternehmensmarke hat sich die Bezeichnung „Corporate Brand“ schon längst etabliert. Ist die Markenbildung als „Arbeitgeber“ erst einmal abgeschlossen, spricht man von Employer Brand. Employer Branding bezeichnet den Weg dahin. Employer für Arbeitgeber und Branding als Prozess der Markenbildung.

Personalmarketing klassisch

Im Bereich Personalmarketing werden alle bereichsübergreifenden Maßnahmen gebündelt, die dazu geeignet sind, die vorhandenen Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden und benötigte Mitarbeiter in einem einheitlichen, externen Auftritt zu rekrutieren. Strategisches Personalmarketing soll Ihre Attraktivität als Arbeitgeber erhöhen und ebenso Ihre Bekanntheit bei potenziellen Bewerbern. Wirklich effizient ist solches jedoch nur dann, wenn Sie mit jeder Stellenanzeige oder Werbung die Leser motivieren können Ihre Website aufzusuchen. Dieses erreichen Sie dann, wenn Sie dort etwas anbieten, dessen Download attraktiv erscheint und das dann jahrelang genutzt wird, wie unentbehrliche eBooks zur „Karriere & Bewerbung“.

Warum ist das für den Mittelstand so wichtig?

Bereits vor der Weltwirtschaftskrise konnten bis Herbst 2008 viele Unternehmen ihren Bedarf an besonders qualifizierten Mitarbeitern nicht mehr decken. Mittelständler werden im Arbeitsmarkt selten oder gar nicht wahrgenommen. Im Gegensatz zu den Konzernen können sie sich weder teure Imagekampagnen leisten noch verfügen sie über riesige Werbeetats für ihre Produktwerbung. Nur wer wirbt, wird gesehen.

Identifikation mit dem Arbeitgeber

Ein Traumarbeitgeber zu werden, das ist doch der Traum jedes Personalmanagers. Der Weg ist lang und nicht alle Unternehmen werden ihn erfolgreich zurücklegen. Welche Vorteile besitzen Unternehmen als Traumarbeitgeber? Theoretisch sind ihre Mitarbeiter besonders loyal und verfügen über eine hohe Leistungsbereitschaft. Loyal bedeutet nicht zuletzt eine langjährige Betriebstreue. Lebensarbeitnehmer. Unternehmen passen die Anzahl der Mitarbeiter an betriebliche Notwendigkeiten an. Das bedeutet in der Praxis sowohl einen Personalaufbau in konjunkturell guten Zeiten als ebenso einen Personalabbau in Zeiten, wo die Auftragseingänge das erzwingen. Die Mitarbeiter sind Botschafter ihres Unternehmens. Allerdings sind die Mitarbeiter keine kritikunfähigen Botschafter. Authentische Arbeitgebermarke, das klingt gut. Je größer ein Unternehmen ist, umso mehr „Klimainseln“ streben aber auseinander.

Öffentlichkeitsarbeit, die nichts kostet

Es gibt weltweit tätige Unternehmen, die ohne teure Imagekampagnen auskommen. Sie benötigen so gut wie keine Öffentlichkeitsarbeit, denn ihre Produkte sind öffentlich. Dafür benötigt ein Unternehmen einen Kultstatus, vergleichbar zu berühmten Stars. 1976 gründete Steve Jobs mit zwei Freunden und 1.750 US-Dollar Startkapital Apple. Kündigt Apple heute in geschickter Inszenierung ein neues „bahnbrechendes“ Produkt an, übernimmt die gesamte Weltpresse die Promotion und Werbung hierfür. iPad, iPod und andere Produkte haben nicht nur Kultstatus, sie

haben auch einen einmaligen Charme. Höchste Effektivität für Ihr Unternehmen erreichen Sie aber auch über langjährig benötigtes Know-how, das sich „Bewerber & Kunden“ von Ihrer Website kostenlos downloaden können.

Mit einer Zunge sprechen

Ob Produktwerbung, Imagekampagnen oder Stellenanzeigen, alles kostet viel Geld. Schon deshalb ist es zwingend erforderlich, all diese Maßnahmen so zu gestalten, dass sie sich gegenseitig stützen. Es bedarf eines gemeinsamen Erkennungswertes. Eines immer identischen Handschuhs. Das ist die Produktwerbung von „Porsche“, das sind die Stellenanzeigen von „Porsche“. „Ein Handschuh“, obwohl damit nicht das Gleiche erreicht werden soll. Aber immer wieder prägt sich uns „Porsche“ ein. Öffentlichkeitsarbeit, ein Thema das im Mittelstand erheblich vernachlässigt wird. Die Mitarbeiter, die für das Personalmarketing, Produktmarketing oder die Öffentlichkeitsarbeit zuständig sind, haben oft unterschiedliche Vorstellungen. Insoweit ist der gesamte Auftritt eines Unternehmens zunächst einmal Chefsache.

Mitarbeiter einstellen und behalten

Beim Geld hört die Freundschaft auf. Aber im Allgemeinen auch die Loyalität. Da nützt Ihnen Ihr unverwechselbares, glaubwürdiges und emotionales Bild nichts. Bietet einer Ihrer Konkurrenten Gehälter, bei denen man nicht nein sagen kann, verlieren Sie zumindest diejenigen ihrer Leistungsträger, die räumlich mobil sind. Was Ihre qualifizierten Mitarbeiter wirklich dauerhaft an Ihr Unternehmen bindet, ist eine hervorragende Altersversorgung, die ja heutzutage immer wichtiger wird. Das ist es, was viele Konzerne auszeichnet und was der Mittelstand vernachlässigt. Eine respektable Altersversorgung aufbauen zu können, lockt qualifizierte Bewerber und bindet vorhandene Mitarbeiter wesentlich stärker, als jede lobpreisende Eigendarstellung.

Was gute Werbeagenturen beherrschen

Einheitlichkeit im Auftritt. Wichtig für die Wiedererkennung und somit Verstärkung. Auch der Stil von Inhalten, was von Führungskräften oft nur wenig beachtet wird, gehört ebenso hierzu, wie die Wiedererkennung aufgrund der gesamten Gestaltung. Stellenanzeigen, die Sie erstellt haben, fallen Ihnen natürlich auch unter vielen auf. Sie kennen ja Ihre Gestaltungselemente und achten deshalb auch besonders darauf. Erreichen Sie diese Wiedererkennung auch bei den nicht eingestimmten Lesern Ihrer Anzeigen? Viele Stellenanzeigen werden nur wenig beachtet, da im umfangreichen Text nichts erkennbar ist, was den Interessenten ad hoc fesseln könnte. Ein Wortgeschwafel. Wer wissen möchte, was Bewerber vorrangig interessiert, muss nur darauf achten, was die Bewerber in den mitgebrachten Anzeigen mittels eines Marker markierten. Hervorheben was wichtig ist, funktioniert nur dann, wenn unterbleibt, was nur stört. Das ist es, was gute Werbeagenturen auszeichnet. Deshalb genügt den Agenturen für eigene Stellenanzeigen ein paar Schlüsselworte und ansonsten viel, viel leerer Raum. Nur Stellenanzeigen für ihre Kunden kommen „staatstragend“ daher, da hier oft Schlagworte das fehlende Verständnis für das Anforderungsprofil ersetzen.

Schwächen Ihrer Konkurrenz sollten Ihre Stärken sein

Konkurrenz ist ein relativer Begriff. Auf dem Bewerbermarkt konkurrieren Sie mit anderen Unternehmen als mit Ihrer Produktpalette. Einen einheitlichen „Bewerbermarkt“ gibt es natürlich ebenfalls nicht. Ihre Facharbeiter und Angestellten suchen Sie überwiegend vor Ort. Um diese konkurrieren Sie mit ortsansässigen Firmen. Ihren Nachwuchs für hoch spezialisierte Aufgaben plus Ihre

Führungsnachwuchskräfte suchen Sie an Hochschulen und Universitäten. Erfahrene Fachleute im technischen Bereich müssen Sie Ihrer Produktkonkurrenz abjagen. Das kann regional sein, wahrscheinlich aber deutschlandweit und häufig auch weltweit. Alle Parameter gilt es zu ermitteln. Für Mitarbeiter, die Sie vor Ort suchen, spielen Ihre Standortvorteile selten eine Rolle. Bei einem Wechsel suchen diese einen sicheren Arbeitsplatz, Aufstiegschancen oder schlicht und einfach ein höheres Einkommen. Die Nachwuchskräfte von Universitäten und Hochschulen interessieren vorrangig die gebotenen Entwicklungsmöglichkeiten. Möchten Sie Mitarbeiter von Ihrer Konkurrenz gewinnen, zählen viele Faktoren. Manche interessieren sich für einen sicheren Arbeitsplatz, andere lockt das Gehalt, die meisten interessieren sich für gebotene Aufstiegsmöglichkeiten, manche für den Lebensraum und einige für den Betriebskindergarten.

Bedürfnisse entsprechen Erwartungen

Was wissen Personalmarketingagenturen von den Besonderheiten Ihres Unternehmens? Nichts, vermutlich. Also befragen sie zuerst einmal einige Ihrer Mitarbeiter nach dem, was sie an ihrem Unternehmen als Arbeitnehmer schätzen oder auch weniger mögen. Sie fragen Mitarbeiter, was ihr Unternehmen tun sollte, damit sie noch zufriedener sind. Hieraus formulieren sie dann das, was ihr Unternehmen als Arbeitgeber auszeichnet. Sie werden Ihnen sagen, dass Sie ja keine „eiermilchlegende Wollmilchsau“ sein müssen, aber dieses und jenes würden andere Unternehmen wesentlich besser hinbekommen. Wenn Ihre Agentur gut arbeitet, wissen Sie, welche Eigenschaften Ihr Unternehmen auszeichnet und welche Gefühle Ihre Mitarbeiter gegenüber Ihrem Unternehmen hegen. Sie wissen nun, wer Sie sind, wie Sie sind, was Sie bieten und wie Sie auftreten sollten. Vermutlich kamen viele Ihrer Kollegen schon vor Ihnen zur Erkenntnis, dass sie das selbst nicht nur schneller, sondern auch sehr viel aussagekräftiger und preiswerter hinbekommen hätten.

Geld, Image oder Emotionen?

Geld oder Emotionen? Was wir besonders lieben akzeptieren wir auch ohne (viel) Geld. Nur was sich in Ihrem betrieblichen Alltag tagtäglich widerspiegelt ist auch authentisch. Ihre Leistungsversprechen an die Mitarbeiter und Bewerber müssen sich entsprechen. Ihre zukünftigen Kampagnen sollen authentische Emotionen auslösen. Einzigartigkeit vermitteln, anspruchsvolle Forderungen, die nur konsequent umgesetzt nützlich sind.

Ihr Maßnahmenplan

Als erstes entwickeln Sie eine „knackige“ Kernbotschaft, die sich jeder merken kann. Dann konzipieren Sie einen Arbeitgeberslogan, der Ihr Unternehmen beschreibt. Kernbotschaft und Slogan sind zukünftig wichtige Bestandteile Ihrer Stellenanzeigen. Slogan und Botschaft finden sich auf Ihrer Karriereseite und in den Medien wieder. Plattitüden, ohne vernünftige Aussagekraft, sollten Sie hierbei allerdings vermeiden. Emotionen ansprechen erfordert das Wissen darum, was denn Emotionen auslöst. Und zwar nicht für Sie, sondern für potenzielle Bewerber, was „berührt“ diese? Für Konzerne und große Unternehmen bietet sich die Teilnahme an Rankings an. Für die Mittelständler macht solches eher keinen Sinn, denn entscheidend ist hier, dass diejenigen, die Rankings studieren, auf ihnen bereits bekannte Unternehmen achten und das sind höchst selten mittelständische Unternehmen.

Unternehmen erwarten, Unternehmen fordern

Wer die Stellenanzeigen liest, bekommt viel Einblick in die Denkwelt der Verfasser. Alle sind sie Weltmarktführer, oder zumindest die Technologieführer in ihrer Branche. Von Bewerbern werden Glaubensbekenntnisse erwartet: In so einem tollen Umfeld und Unternehmen möchte ich auch arbeiten. Deshalb habe ich auch die Website des Unternehmens auswendig gelernt, bevor ich es wagte, mich überhaupt zu bewerben. In der Vergangenheit fühlte sich der Stellen suchende Bewerber häufig als Bittsteller. Anstatt der Bewerber werden sich zukünftig die Unternehmen schmücken müssen. Bilder sagen mehr als tausend Worte. Nur, mit welchen wollen Sie effizient punkten, wenn Sie lediglich die weltbesten „Zahnräder“ anstatt tolle Luxusautos herstellen? Wer mit den Bildern motivierter Mitarbeiter wirbt, hebt sich positiv von anderen ab. Etwas, was ich persönlich bezweifle. So einfach strukturiert sind die Bewerber nicht. Weniger hingegen ist im Rahmen von Stellenanzeigen immer mehr. Die Form folgt der Funktion, empfehle ich allen Bewerbern, die sich erfolgreich bewerben wollen. Das gilt auch für Stellenanzeigen. Unternehmensfilme zur Mitarbeitergewinnung? Hier wirkt doch höchstens ein Placebo Effekt bei demjenigen, der an diese glaubt. Eine dauerhafte Selbstheilung ist möglich, wenn man sich zwei bis drei dieser Filme ansieht.

Besonderheiten bei Online-Anzeigen

Die erste Besonderheit ist sicherlich, dass sie Stellenanzeigen in Tageszeitungen den Rang ablaufen. Aber auch die finden sich nach dem Wochenende im Internet. Noch stärker, als bei gedruckten Anzeigen gilt hier, lassen Sie Überflüssiges weg. Das Internet ist das Medium der aktiven Generation. Aktive stehen unter Strom. Lange Texte in Stellenanzeigen zu lesen ist noch mühseliger. Kurze, aussagefähige Inhalte, mit dem, auf was es ankommt und direkter Verlinkung zu ihrer Stellenbörse, das ist das, was die „beschleunigte“ Internetgeneration zum Verweilen motiviert. Viele Internetanzeigen werden auch über die bekannten Suchmaschinen gefunden, Abkürzungen sind deshalb hier negativ, da diese damit wenig anfangen können. Farbe kostet bei Onlineanzeigen nichts. Sie haben somit ein Gestaltungselement, das Sie optimal einsetzen sollten. Wir sehen farbig und farbiges fällt uns eher auf. Hohe Kompetenz beweisen Sie bei Ihren Stellenanzeigen auch, wenn die jeweiligen Ansprechpartner mit Name, Funktion und ihrer Durchwahlnummer aufgeführt sind. Die vor Jahren eingeführte Geheimniskrämerei macht doch längstens keinen Sinn mehr, denn heute hat ja fast jeder Mitarbeiter ein XING-Profil mit allen Daten die Headhunter benötigen.

Ihre Karrierewebseite

Was fröhliche Mitarbeitergesichter und ihre Geschichten bewegen, weiß ich nicht. Wer eine Karrierewebseite aufsucht, verhält sich wie Sie, wenn Sie eine Bewerbung auf Brauchbarkeit prüfen. Sie wünschen sich eine übersichtliche Strukturierung und Inhalte, die Ihren Anforderungen entsprechen, denn Sie haben nur sehr eingeschränkt Zeit. Und der Interessent, der sich auf Ihrer Webseite orientiert? Handelt der anders? Wen motivieren wohl bewegende Fotos von Ihrer Weihnachtsfeier zur Bewerbung? Glauben Ihnen kritische Bewerber Ihre Darstellung eines positiven Betriebsklimas? Besser stellen Sie dar, wie es mit ihrer Weiterbildung und Förderung bestellt ist. Am meisten beklagen jedoch Interessenten die Unübersichtlichkeit bei der Suche von ausgeschriebenen Stellenangeboten. Hier gibt es viel Optimierungspotenzial.

Ihre Öffentlichkeitsarbeit

Eine gute Öffentlichkeitsarbeit bedarf eines Mitarbeiters, der sich damit auskennt. Das muss niemand sein, der das ausschließlich macht, aber es bedarf eines Profis. Es ist einfach zu sagen, teilen Sie der Presse Interessantes mit - aber in welcher Form? Öffentlichkeitsarbeit ersetzt Werbung. Nur, wer nicht wirbt, bleibt unberücksichtigt. Auch bei den Medien gilt überwiegend der Wahlspruch: Eine Hand wäscht die andere. Die News von Mittelständlern interessieren doch höchstens die Regionalpresse. Diese berichtet aber lieber, wenn die Neuigkeiten negativ sind. Erfolgsmeldungen interessieren zu wenige. Wirklich Interessierte erreichen Sie eher, wenn Sie auf Ihrer Website einen „sichtbaren“ Link zu Ihrer „Pressemappe“ setzen. Tage der „offenen Tür“ locken viele in Ihr Unternehmen. Aber das sind meist Menschen aus der Region oder Angehörige Ihrer Mitarbeiter.

Der Glaube kann Berge versetzen

Wer an sich und sein Unternehmen glaubt, vermittelt das in Bewerbergesprächen. Unsere Begeisterung und Überzeugung überträgt sich unmittelbar auf den Bewerber. Interessenten, die wir im Interview überzeugen können, gewinnen wir, wenn wir uns ihnen authentisch und glaubwürdig darstellen. Wenn wir Vertrauen wecken. Wenn Sie Bewerbern ihren hohen Stellenwert in Ihrem Unternehmen vermitteln.

Das Hauptproblem vieler Mittelständler ist,

wie erfahren Benötigte von Ihnen und wie bringen Sie diese dazu Ihre Stellenbörse aufzusuchen? Es ist doch ein Irrglaube, dass unbekannte Unternehmen unter vielen anderen gesehen werden. Unter mehr als 50zig Unternehmen haben wenig bekannte und kleinere Unternehmen doch kaum eine Chance aufzufallen. Beachtet werden Sie nur dann, wenn Ihr Unternehmen ein eBook anbietet, das begehrt ist und jahrelang genutzt wird. In diesem können Sie dann exklusiv nur Ihr Unternehmen vorstellen. Werben Sie in Ihren Zielgruppen mit unserem professionellen, kostenlosen und von Ihrer Website downloadbaren eBooks zur „Karriere & Bewerbung“, wird Ihre Präsentation gesehen und beachtet, da nur Ihr Unternehmen präsentiert wird.

2. So entwickeln Sie Ihre professionelle Arbeitgebermarke

Inhaltsverzeichnis

Warum benötigen Sie eine Arbeitgebermarke?

Produkte benötigen einen Markennamen, das ist unter den Marketingexperten unstrittig. Auch Unternehmen positionieren sich im Sinne eines „Unternehmensimages“ im Markt. Das „Arbeitgeberimage“ ist ein sehr bedeutsamer Bestandteil des Unternehmensimages. Arbeitgeber müssen sich als „attraktive“ Arbeitgeber nach innen und außen positionieren, damit sie für den bevorstehenden „War for Talents“ gerüstet und erfolgreich aufgestellt sind. Im Bewerbermarkt gut positioniert sein, verlangt auch von Bewerbern gefunden zu werden, denn nur in diesem Falle nützt Ihnen Ihre herausragende Arbeitgebermarke auch wirklich. Millionenfach gefunden werden Sie über unsere eBooks zur „Karriere & Bewerbung“, denn die werden von den Begehrten langjährig auf ihren Readern & Computern genutzt.

Welche Bereiche werden von einer Arbeitgebermarke beeinflusst?

Die Arbeitgebermarke ist bedeutsam für die effiziente Gewinnung neuer Mitarbeiter

die langjährige Bindung bereits vorhandener Mitarbeiter

die Bereitschaft der Mitarbeiter zu eigener Weiterentwicklung

die Leistungserbringung der Mitarbeiter und somit für den langfristigen Erfolg des Unternehmens sowie die im Unternehmen gelebte Kultur

Wie wirkt sie sich auf die Mitarbeitergewinnung aus?

Wer die „richtigen“ Mitarbeiter gewinnen möchte, muss die Qualität der eingehenden Bewerbungen erhöhen. Nicht so sinnvoll ist die Erhöhung der Quantität, obwohl diese natürlich bei einem herausragenden „Arbeitgeberimage“ ebenfalls stark zunehmen wird.

Welche Faktoren ergeben eine Arbeitgebermarke?

die Identität und Werte des Unternehmens

die erkennbaren Stärken und Schwächen in der Unternehmenskultur

die Entlohnung

die Attraktivität der Branche und Produkte

die Karrierechancen

die Personalentwicklung.

die Positionierung des Unternehmens im Wettbewerb

die Darstellung des Unternehmens in der Presse

Welche Bedeutung hat sie für die Wettbewerbsfähigkeit?

Optimale Produkte entwickelt nur, wer fähige Mitarbeiter im Unternehmen besitzt. Top-Service bietet nur der, dessen Mitarbeiter sich für das Unternehmen engagieren. Die Erfordernis von Höchstleistungen im Unternehmen setzt zunächst voraus, dass die Mitarbeiter höchsten Ansprüchen genügen und insgesamt sehr flexibel sind. Es genügt aber nicht nur Mitarbeiter zu gewinnen, vorhandene Mitarbeiter müssen gehalten und weiter qualifiziert werden. Auch das ist Teil der „Arbeitgebermarke“. Wer seine Know-how- und Leistungsträger verliert, verliert auch im Wettbewerb. Verliert ein Unternehmen unentbehrliche Spezialisten gar an einen Wettbewerber,

verschärft sich dieser Prozess, da man selbst schwächer, der andere aber stärker wird.

Welche Wirkung besitzt Ihre Arbeitgebermarke beim Unternehmenswachstum?

Schon heute gelingt es den Unternehmen nicht mehr Stellen in der Entwicklung, der Informationstechnologie und besonders auch im Führungsbereich zu besetzen. Das trifft auf die im „Arbeitsmarkt“ unbekannten Unternehmen noch stärker zu. Die Altersstruktur in Deutschland entwickelt sich auch weiterhin sehr ungünstig. Bereits 2015 wird es ein Viertel weniger Arbeitskräfte im Alter zwischen 30 und 45 Jahren geben. Die Rekrutierung aus dem Ausland entwickelt sich rückläufig, da in den meisten heutigen Billiglohnländern eine eigene Industrie aufgebaut wird. Einige Länder haben ja bereits damit begonnen, migrierte Landsleute zurückzuholen. Dies gilt zukünftig auch für die aktuell „traumhaften“ Länder wie Spanien und Griechenland. Die hochqualifizierten Bewerber von dort besitzen keine Sprachkenntnisse und bis sie diese erworben haben, werden sie selbst wieder in ihren Heimatländern benötigt. Ein Reservoir, das nur wenige bis jetzt im Rahmen ihrer Arbeitgebermarke nutzen, sind BA-Studenten und Auszubildende, die das Unternehmen später verlassen haben. Eine spezielle „Informationsseite“ für diese auf der Karriereseite hält den Kontakt zu diesen und anderen ehemaligen Mitarbeitern.

Was erwarten Bewerber von einem Arbeitgeber?

Hoch qualifizierte Menschen bewerben sich dann,

wenn das Arbeitsklima von ihnen als stimmig empfunden wird

die Aufgabe als interessant und herausfordernd bewertet wird

die Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten optimal sind

die Werte, für die der Arbeitgeber steht, zu ihnen passen

sie keine Angst vor einer Hire- und Fire-Mentalität haben

das Unternehmen für sie Zukunftsfähigkeit besitzt

Wer ist für die Arbeitgebermarke verantwortlich?

Die Entwicklung der „Arbeitgebermarke“ liegt an erster Stelle in der Verantwortung des Personalmarketings - letztendlich geht die Verantwortung aber weit darüber hinaus. Verlangt ist ja nicht nur die Pflege eines „Images“ sondern eine „Verhaltensänderung“ im Unternehmen. Die Qualität als Arbeitgeber muss kontinuierlich verbessert werden. Nur derjenige, dem dieses gelingt, verbessert dauerhaft seine Wettbewerbsfähigkeit. Eine Arbeitgebermarke verlangt somit einen umfassenden strategischen Ansatz und ist deshalb Aufgabe der strategischen Unternehmensführung. Die Unternehmensleitung muss das Personalmarketing, das Produktmarketing und die Presseabteilung auf ein gemeinsames strategisches und effizientes Handeln ausrichten. Alle Marketing- und Kommunikationsprozesse sind auf HR-Erfordernisse mit auszurichten.

Welche Faktoren sind zudem zu berücksichtigen?

Generell bedeutsam sind die Attraktivität einer Branche und die Positionierung eines Unternehmens in seiner Branche. Bei Absolventen weniger beliebt sind Unternehmen, die für sie ein eher statisches Image besitzen, wie bspw. ehemalige Staatsunternehmen. Mit ausschlaggebend sind die in- und ausländischen Standorte des Unternehmens. Beliebte Funktionen sind die Entwicklung und Forschung sowie Assistenzaufgaben. Wunscharbeitgeber sind diejenigen, die den Bewerbern bereits gut bekannt sind. Nicht bekannte Unternehmen müssen sich entsprechend darstellen und zwar dort, wo sie von der gesuchten Zielgruppe am allerbesten „by the way“

gefunden werden. Niemand „stöbert“ freiwillig in Stellenbörsen oder liest gerne mühselig Stellenanzeigen, wenn er sich hierzu nicht gezwungen sieht, da er eine neue Position benötigt. In unserer Informationsgesellschaft beschaffen sich Menschen Informationen aktiv dann, wenn sie diese benötigen. Das verlangt, dass die „Informationen“ stets verfügbar sind. Solches ist vor allem dann gewährleistet, wenn sich dauerhaft und häufig benötigtes Know-how auf deren eigenen Computern oder Lesegeräten befindet und zwar digital und auch ausdruckbar. Und das funktioniert doch nur über eBooks, die professionell und umfassend sowie kostenlos downloadbar sind.

Wie sieht das Unternehmensranking von Absolventen aus?

Automobilfirmen, hier die technisch besonders interessanten sowie Konsumenten bekannte Konzerne im Bereich hochwertiger Elektronik, werden von Absolventen bevorzugt, da ihnen diese Unternehmen meistens langjährig bereits bekannt sind, wohingegen mittelständische Hightech-Unternehmen ihnen häufig unbekannt sind. Solche befinden sich somit auch nicht „automatisch“ im Fokus der Absolventen.

Woraus entwickelt sich der Attraktivitätsindex?

Der öffentlich bekannten allgemeinen Attraktivität eines Unternehmens und der persönlichen Einschätzung (Aufgaben / Standort / Betriebsklima / Erfolg etc.). Dem Image im Hinblick auf Sympathie, Modernität und Kreativität.

Unsere Handlungsempfehlungen

Erarbeiten Sie sich einen „Markennamen“ im Bereich Ihrer spezifischen Zielgruppen. Seien Sie vor allem dort präsent, wo sich karriereorientierte Menschen weiterbilden um sich für ihren Aufstieg zu qualifizieren, hier bietet sich preisgünstig das Internet an, und nicht nur dort, wo Stellensuchende auf „hunderttausende“ Unternehmen treffen. Entwickeln Sie Ihren eigenen Nachwuchs im Unternehmen durch Fördermaßnahmen. Stellen Sie besondere soziale Projekte entsprechend für die Öffentlichkeit heraus. Kooperieren Sie vorrangig mit denen, die Sie auf höchstem Niveau unterstützen können. Nützen Sie hierbei besonders das Internet, das Medium der heute aktiven Generation.

Ihre Arbeitgebermarke entsteht in Ihrem Unternehmen

Employer Branding ist „in“. Jedes Unternehmen, das die Zeichen der Zeit erkennt, forciert das Projekt „Arbeitgebermarke“. Natürlich nur auf allerhöchstem Niveau. Werbeagenturen haben dies ebenfalls erkannt und gerieren sich als die Heilsbringer. In 2 - 5 Monaten versprechen sie aus Arbeitgebern „Arbeitgebermarken“ zu machen. Wie wird ein Produkt zu einer „Marke“? Ganz sicher nicht durch bunte Prospekte. Die Zeit der Werbesprüche, der hohlen Versprechungen, ist doch längstens vorbei, denn diese glaubt in der Informationsgesellschaft doch kaum einer mehr vorbehaltslos. Menschen hören auf Menschen. Die Mitarbeiter der Unternehmen sind „Botschafter“. Deren Eindruck von ihrem Unternehmen prägt doch vorwiegend das Arbeitgeberbild. Früher konnte sich der Einzelne nur bedingt öffentlich vor vielen Menschen äußern, das ist heute anders. In Foren und auf Webseiten verbreiten sich Nachrichten blitzschnell. Medien greifen auf, was viele bewegt. Botschaften per Twitter und Facebook verbreiten sich weltweit. Da muss man noch nicht einmal die Unruhen im Iran als aktuelles Beispiel heranziehen. Ihre Mitarbeiterförderung, der Umgang mit Ihren Mitarbeitern, die Wertschätzung die diese erfahren, das prägt doch vorrangig Ihr Arbeitgeberimage und damit auch Ihre „Arbeitgebermarke“. Begeisterte Mitarbeiter sind begeisterte Markenbotschafter.

Ihr Weg zum „begehrten“ Arbeitgeber

Was macht Sie „unwiderstehlich“? Analysieren Sie die Stärken und Schwachpunkte. In welchen Punkten unterscheiden Sie sich positiv von vergleichbaren Unternehmen? Mit was können Sie als Unternehmen bei potenziellen Bewerbern besonders „punkten“? Ist beispielsweise Ihr Gehaltsniveau besonders attraktiv? Oder bieten Sie besondere Karrierechancen durch exzellente Nachwuchsförderung und Entwicklung Ihrer Führungskräfte und Mitarbeiter. Sind Ihre „weichen Faktoren“ besonders erwähnenswert, wie Betriebsklima oder Ihr Arbeitszeitmodell - bieten Sie für Kleinkinder Ihrer Mitarbeiterinnen einen Kindergarten an? Fragen Sie Ihre Mitarbeiter, warum sie besonders gerne für Ihr Unternehmen arbeiten.

Welche Zielgruppen im Arbeitsmarkt möchten Sie ansprechen?

Jede gesuchte Gruppe sollten Sie zusätzlich „zielgruppengerecht“ ansprechen. Dies beinhaltet sowohl das „Wie“ als auch das „Wo“. Also, wo erreichen Sie diese? Prüfen Sie dabei auch sorgfältig, welche „realistischen“ Anforderungen Sie stellen und was die Menschen, die Sie rekrutieren möchten, von Ihnen tatsächlich erwarten.

Definieren Sie Ihre Kernaussagen

Stellen Sie sich „langatmig“ vor, werden Sie Menschen überzeugen, die ebenso „ticken“. Stellen Sie sich „dynamisch“ vor, erreichen Sie Menschen, die diesem Bild entsprechen. Sie besitzen ein „Bild“ von Ihrem Unternehmen. Dieses Bild beinhaltet bedeutsame Merkmale und Werte Ihres Unternehmens. Ihr Bild enthält Positives und Kritisches. Aber selbst Schwächen kann man in Chancen verwandeln. Sie machen Sie liebenswert. Ihre Aussagen müssen wahr sein, sie wollen ja nicht nur neue Mitarbeiter gewinnen, sondern diese auch langjährig im Unternehmen behalten und stetig weiter fördern.

Ihre zentrale Botschaft und Ihr Leitsatz

Ihr Leitsatz muss das Wesen Ihres Unternehmens prägnant auf den „Punkt“ bringen. In ebenso „prägnanten“ Kernaussagen vermitteln Sie Ihre weiteren, bedeutsamen Werte. Nur wahrhaftig gewinnen Sie Menschen für sich. Und Ihre Kernaussagen sollten sich gegenseitig stützen:

Know-how für Ihren Erfolg
professionell • umfassend • kostenlos

3. So gestalten Sie Ihre professionelle Karriereseite

Inhaltsverzeichnis

Menschen tun ungern, was sie als schwierig empfinden

Personalberater sind „Profis“ in der Durchsicht der „Karriereseiten“ von Unternehmen. Das sollte man zumindest annehmen. Besuche ich „Jobs“, selbst bei sehr professionell wirkenden Websites, bin ich allerdings meistens nach kurzer Zeit ziemlich frustriert. Dies deshalb, da ich aufwändig das ermitteln musste, was ich leicht hätte finden sollen. Sobald die Bewerber nicht mehr gezwungen sind, sich mühselig mit der Bedienung solcher Webseiten auseinanderzusetzen, werden diese umgehend verlassen werden.

Webdesigner denken gerne strategisch

Sie planen vor allem, wie nach ihrer Ansicht ein Besucher ihre Website nutzen soll. Den strategisch ausgerichteten Benutzer mag es ja geben. Ich kenne allerdings keinen. Wer im Internet sucht, gibt in Google den Suchbegriff ein, der ihm logisch erscheint. Daraufhin bekommt er die Webseiten angeboten, die bei Google hoch gelistet sind. Der Interessent prüft maximal die ersten „Ergebnisse“ und klickt dann eine Website an. Er überfliegt die „Homepage“ und sucht nach dem Stichwort, das ihn hierher geführt hat. Wird er nicht sofort fündig, öffnet er die nächste ihm angebotene Website.

Wer Besucher zum Überlegen zwingt, verliert diese

Es ist wie auf dem Flohmarkt, wo auf Wühltischen tausende Bücher angeboten werden. Unser Auge schweift flüchtig darüber und wir greifen zu, wenn etwas ins „Auge springt“. Bei Webseiten verhält es sich ebenso. Nur das was direkt ins „Auge springt“ und zudem leicht zu handhaben ist, wird weiterverfolgt. Gut versteckte Schätze bleiben verborgen. Das gilt auch für Formulierungen. Kurz und knackig und frei von nichtssagenden Floskeln.

Nur das Einleuchtende wird angenommen

Marketingfachleute lieben neue, aufregende Wortschöpfungen. Je cooler, desto besser. Nur, wer im Internet etwas sucht, ist nicht bereit, unklare Bedeutungen zu hinterfragen. „Jobs“ ist klar. Vor allem dann, wenn „Jobs“ als Button auch tatsächlich zu erkennen ist. „Karriere“ lässt uns bereits überlegen: Damit ist doch wahrscheinlich „Jobs“ gemeint? Eine kurze Irritation also, die wir einmal hinnehmen, die uns beim zweiten Mal aber nervt. Wer sucht, forscht nach dem, was für ihn ohne darüber nachzudenken einleuchtend ist. Kreative Wortschöpfungen sind somit auf Webseiten im besten Falle nur kontraproduktiv.

Nur Kinder lieben ein Labyrinth

Nur wenn wir absolut zwingend ein Ziel erreichen müssen, akzeptieren wir auch Aufwände. Wenn wir eine Information im Internet suchen, gibt es fast immer weitere Alternativen und wir sind deshalb keinesfalls bereit, uns für etwas nicht Überlebenswichtiges lange zu quälen. Eine Website, ohne sofort erkennbare, logische Navigation, erreicht keine Aufmerksamkeit. Optimal ist eine Navigation dann, wenn sie selbsterklärend und intuitiv zu handhaben ist.

Wir wählen nicht die beste, sondern die erste Alternative

Die meisten Menschen sind zu ungeduldig, um mehrere Alternativen gegeneinander abzuwägen. Sie entscheiden sich für die erste, ihnen für ihr Anliegen passend erscheinende Alternative. Wer einen Videorekorder gekauft hat, sollte - nach der Vorstellung des Produzenten, erst einmal die Bedienungsanleitung lesen. Das macht er aber nicht. Lieber ärgert er sich „intuitiv“ zu Tode und beginnt sich solange „durchzuwursteln“ bis es halbwegs funktioniert. Wer im Internet etwas sucht, verhält sich hierzu absolut identisch. Er liest nicht, er probiert.

Wer langweilt, verliert seine Besucher

Viele Vortragende sind nicht in der Lage, ihren Vortrag spannend zu gestalten und vorzutragen. Dieses gilt auch für beliebig „austauschbare“ Inhalte, die Zuhörer als „Bla, Bla“ empfinden. Ihrer Zuhörer laufen ihnen häufig nur deshalb nicht weg, da dieses ja unangebracht wäre. Im Internet „guckt“ kein anderer zu. Aus Langeweile wegzulaufen ist also immer folgenlos.

Gliedern Sie Ihre Inhalte logisch

Webnutzer suchen eher ungern. Was nicht logisch strukturiert ist, wird nicht beachtet. Das ist wie in einem Baumarkt. Liegt dort alles wie „Kraut und Rüben“ durcheinander, kann eine Selbstbedienung nicht funktionieren. Im Internet gibt es nur Selbstbedienung.

Ordnen Sie Ihre Inhalte übersichtlich

Texte, Bilder. Buntes erschlägt anderes Buntes. Das Auge verliert sich im Farbenmeer. Und ungeduldige Benutzer verlassen diese Website so schnell, wie es ihnen möglich ist. Wer ihm „Wichtiges“ nicht heraushebt, kann nicht erwarten, dass andere es finden. Schließlich erkennen Interessierte das Wesentliche in einem „Wald vor lauter Bäumen“ nicht. Der Blick gleitet flüchtig über Ihre Darstellung, fokussieren Sie das Interesse auf Ankerpunkte.

Hierarchien erleichtern das Leben

Jeder möchte gerne wissen, wo er sich befindet und wie er sich weiterbewegen sollte. Führt der erste „Klick“ nicht sofort zum Ergebnis, „gönnen“ wir uns einen weiteren. Spätestens danach verlieren wir aber die Geduld und verlassen die Website schnellstens. Qualifizierte Webdesigner bauen deshalb eine sich logisch entwickelnde Hierarchie auf und sie schaffen verständliche Hinweise, die den Interessenten auch „zurückführen“.

Ohne „Ausdruck“ geht auch Bedeutsames verloren

Wer die russische Literatur liebt, genießt auch deren langatmige Schachtelsätze. Ansonsten frustrieren selbst wohldurchdachte Verschachtelungen bei Bildern und Texten. Nur kurze Inhalte werden am Bildschirm gelesen. Langes, wenn möglich, ausgedruckt. Trotzdem sind viele Inhalte überwiegend nicht optimal für den „Ausdruck“ aufbereitet. Wer umfassende Inhalte vermitteln will, muss diese stets als Druckversion anbieten.

Die Schönheit unserer Sprache

Wer mit seiner Sprache umgehen kann, nützt diese gerne wie ein Fechter sein Florett. Elegante Finten mögen den Fechter und sein Publikum begeistern, im Internet nerven sie. Ellenlange Ausführungen, sprachlich auf hohem Niveau, wünscht sich nun wirklich keiner. Wer imponieren will, schreibt akademisch. Wer gelesen werden will, kurz und verständlich. Jeder Text lässt sich kürzen. Und wenn Sie

gekürzt haben, wiederholen Sie das mehrmals. Kürzen Sie solange, bis Sie Ihren Text auf das verkürzt haben, was Ihre „Kernaussage“ ist. Inhalte sind gefragt, nicht Phrasen, Wortschöpfungen und exorbitante Selbstbeweihräucherung.

Bilder können einen Betrachter auch demotivieren

Viele Unternehmen glauben, je beeindruckender viele Fotos ihr Unternehmen darstellen, umso größer der Wunsch sich zu bewerben. Argumente in Texten werden hierfür gekürzt. Argumente zählen aber stärker als Fotos. Zu beeindruckende Fotos können auch abschreckend wirken.

Vermeiden Sie Instruktionen

Immer wenn Sie glauben, dass Sie dem Besucher eine Handhabung näher erläutern sollten, müssen Sie diese ändern. Ihre Website muss intuitiv bedienbar sein. Auch dann, wenn der Besucher weder Ihrer „intelligenten“ Navigation noch Ihren sonstigen Vorstellungen folgt. Etwas so zu gestalten, dass es stets erläuterungsfrei funktioniert, ist leider aufwändig.

Jedes gute Fachbuch besitzt einen Index

Besonders Webseiten mit tausenden von Inhalten benötigen eine „intelligente“ Suchfunktion. Ein Feld „Suchen“ ist nur intelligent, wenn beliebige Stichworte eingegeben werden können.

Beindruckend dargestellt wird nur, was einem „Wichtig“ ist

Bei vielen „Karriereseiten“ erkennt man unschwer den Stellenwert der eigenen Mitarbeiter. Als Personalberater sichte ich häufiger die Seiten unter „Jobs“ um mich schnell über das Unternehmen zu informieren. Nur bei den wenigsten Unternehmen gelingt mir das. Erst durch Blättern unter diversen „Buttons“ erhalte ich die gewünschten Informationen. Wird sich ein potenzieller Bewerber ebenfalls dieser Mühe unterziehen? Ich glaube kaum. Zumindest dann nicht, wenn ihn Ihr Unternehmen zunächst eher allgemein interessiert. Zum „Porsche“ will man. Da ist es relativ egal, ob die „Karriereseite“ optimal gestaltet ist. Bei einem weniger bekannten Mittelständler bewirbt man sich erst, wenn man erkannt hat, auf was für eine „Perle“ man da gestoßen ist. Das verlangt, dass man die Perle auch sieht.

Wie muss Ihre „Karriereseite“, Ihre „Jobs“ gestaltet sein?

Übersichtlich. Informativ. Mit Liebe zum Interessenten und damit auch zu Ihren Mitarbeitern. Eine lieblose Gestaltung im Bereich der „Jobs“ vermittelt Besuchern den Mitarbeiterwert. Das sind ebenso „Identitätsmarken“, wie die Ordnung auf dem Schreibtisch der Mitarbeiter. Ohne Worte erhalten Sie hier nur durch „Schauen“ und „Bewerten“ ein zutreffendes Bild. Ihre Karriereseite muss dem Interessenten mühelos das Bild vermitteln, das ihn überzeugt. Wird er motiviert, ist er auch bereit, sich dem Aufwand einer Bewerbung zu unterziehen. Auf Ihre „Karriereseite“ gehört deshalb alles, was den Bewerber interessiert und motiviert. Alle Informationen, die Sie geben, müssen professionell und überzeugend aufbereitet sein. Wer potenzielle Bewerber nicht wie wichtigste Kunden behandelt, „verkauft“ ihnen nichts.

Und wie binden Sie Besucher Ihrer Karriereseite?

Besucher Ihrer „Karriereseite“ bewiesen Interesse an Ihrem Unternehmen. Dieses Interesse kann durch eine Stellenanzeige oder durch anderes initiiert worden sein. Ideal wäre es, wenn ein erstmaliger Besucher mehrfach den Weg zu Ihrer Website findet. Das gelingt Ihnen dann, wenn Sie ihm etwas für ihn Wertvolles, wie ein downloadbares digitales Handbuch zur „Karriere & Bewerbung“ anbieten.

Stellen Sie sich doch einfach einmal vor, Sie würden sich für ein Unternehmen interessieren:

Möchten Sie mühevoll auf dessen Website den Bereich „Jobs“ oder „Karriere“ suchen?

Möchten Sie, wenn Sie endlich dort sind, mit bunten Bildern „erschlagen“ werden?

Möchten Sie unter den Fotos diverser Mitarbeiter lesen, wie toll es ist, dort zu arbeiten?

Möchten Sie die für Sie relevanten Informationen erst mühsam zusammensuchen?

Möchten Sie von schönen, aber wenig informativen, Flash-Animationen genervt werden?

Oder möchten Sie vielleicht lieber Zeit sparen, indem Sie auf der

Homepage, der Startseite also, einen Button „Jobs“ oder „Karriere“ finden?

Unter „Jobs“ / „Karriere“ dann Unterpunkte zu den wichtigsten Themen, wie für

- Berufserfahrene
- Absolventen
- Auszubildende
- Diplomarbeiten
- Praktika
- Art der Bewerbung

und zu dem jeweiligen Punkt einen Ansprechpartner mit Telefon, E-Mail und Foto und außerdem einen Hinweis, welche Formen der Bewerbung möglich sind?

Was erwarten Sie außerdem?

Sie wünschen überzeugende Informationen. Sie möchten über den Bewerbungsprozess und seine Dauer informiert werden. Sie möchten Relevantes über Karrierechancen / Führungskräfteentwicklung erfahren.

Dafür würden Sie gerne verzichten

auf alles Zeitaufwändige ohne vernünftigen Informationsgehalt.

Natürlich überzeugt Sie eher

ein ansprechend gestaltetes Layout der Karriereseite, das Ihr Vertrauen fördert da der potenzielle Arbeitgeber versucht, über qualifizierte Informationen eine Beziehung zu Ihnen aufzubauen und Sie nicht nur als lästigen Bewerber abspeist.

4. So gestalten Sie Ihre professionelle Bewerberbroschüre

Inhaltsverzeichnis

Warum benötigen Sie eine Bewerberbroschüre?

Sie sind mit der Handhabung Ihrer firmeninternen Stellenbörse bestens vertraut. Doch gehen Sie probehalber einmal auf die Stellenbörsen anderer Unternehmen werden Sie feststellen, dass diese jeweils sehr unterschiedlich zu bedienen sind. Die Logik fremder Stellenbörsen müssen Sie also erst mühselig studieren und begreifen. Deshalb sollten Sie Bewerbern deren Informationsbeschaffung erleichtern. Dies gelingt Ihnen mit einer herunterladbaren Bewerberbroschüre für Ihr Unternehmen.

Basisinformationen zu Ihrem Unternehmen

Darstellung dessen, was Ihrem Unternehmen eine so herausragende Bedeutung verleiht. Das könnte eine beindruckendes Grafik des Firmenkomplexes Ihres Unternehmens sein, oder auch die Darstellung eines Produktes, bzw. der Technologie oder der Dienstleistung. Vermeiden Sie „tintenfressende“ große Fotos, denn Ihre Broschüre sollte ausgedruckt werden. Viele Fragen, die Ihnen Bewerber im Interview stellen, könnten Sie hier vorab beantworten.

Vergangenheit und Zukunft

Firmengeschichte und wichtige Ziele die von dem Unternehmen angestrebt werden. Erläuterung der Unternehmensart, der Besitzverhältnisse unter Beachtung dessen, was für Bewerber im Sinne der Arbeitsplatzsicherheit von besonderer Bedeutung ist. Aktiengesellschaft oder vom Inhaber geführtes Unternehmen mit gesicherter Nachfolge? Ferner all das, was Sie als übergeordnete Werte, Visionen und Ihre Strategien sehen.

Bedeutsame Produkte und die Unternehmenspositionierung im Markt

Herausstellung der Produkte und ihrer Stellung im Verhältnis zu Ihren Mitbewerbern. Zukunftsperspektiven der Produkte - beispielsweise durch Investitionen in Neuentwicklungen. Stellung des Unternehmens generell im Bezug zum Markt und seinen Mitbewerbern. Exportanteil mit Schwerpunkt geplante Strategie in der Durchdringung des Marktes. Strategien, um in den einzelnen Marktsegmenten besser als die Mitbewerber zu sein. Was sehen Sie als bedeutsam für die Zukunft an - auf welche Ihrer Produkte bauen Sie? Die meisten Aufgabenstellungen in einem Unternehmen erfordern motivierte Mitarbeiter, die mitdenken und sich ihrer Verantwortung für ihr Unternehmen durchaus bewusst sind. Stellen Sie Ihr Unternehmen für „normale“ Mitarbeiter dar und nicht nur für High-Potentials.

Für Bewerber wichtige Thematiken

Wer sich bewerben soll, interessiert sich besonders für das Umfeld in das er kommt. Welche Werte vertritt die Unternehmensführung gegenüber ihren Mitarbeitern? Welche Wertschätzung wird dem Mitarbeiter entgegengebracht - ist er nur ein Mittel? Hierzu gehören ggf. nochmals Aussagen zur „Zukunftsfähigkeit“ des Unternehmens. Wer einen Mitarbeiter gewinnen will, muss sich als Arbeitgeber attraktiv präsentieren.

Mitarbeiterstruktur

Anzahl der Mitarbeiter und der Entwicklung in den vergangenen Jahren im Verhältnis zum Umsatz des Unternehmens. Erhebliche Verschiebungen in der Mitarbeiterstruktur. Wie sind unterschiedliche Gruppen in der Belegschaftsstruktur

repräsentiert, wie Männer, Frauen oder die Altersstruktur mit Auswirkung auf die Entwicklung. Ferner Anteil der Ingenieure - oder Anteile sonstig herausragender, wichtiger Gruppen.

Entgeltstruktur

Wie geht die Entgeltfindung vonstatten?

Gibt es jährliche Überprüfungstermine?

Gibt es eine Tarifbindung?

Welche Gewerkschaften sind im Unternehmen vertreten?

Kommen variable Anteile zum Gehalt hinzu?

Gibt es ein qualifiziertes Bonussystem?

Weiterbildung und Förderung

Förderung der Mitarbeiter im Sinne interner oder auch externer Weiterbildung. Besondere Leistungen hinsichtlich der Arbeitsplatzsicherheit oder auch des Entgelts. Personalplanung mit Bewertung der Aufstiegsmöglichkeiten für eigene Mitarbeiter. Gibt es ein effizientes betriebliches Vorschlagswesen? Wie werden Mitarbeiterideen aufgenommen, weiter bearbeitet und nach Kosten-/Nutzenabwägung umgesetzt?

Führungsstil und Betriebsklima

Wie ist der Führungsstil im Unternehmen? Wie wirkt dieser sich auf die Kultur aus? Wird mit Zielvereinbarungen geführt? Wird die Zielerreichung auch belohnt? Gibt es ein Management- oder Führungshandbuch? Finden interne Audits statt? Wie findet das Qualitätsmanagement bezüglich der erbrachten Leistungen statt? Wie hat sich die Fluktuation in der Vergangenheit entwickelt?

Betriebssport / Werksarzt

Gibt es die Möglichkeit zum Betriebssport? Werden sportliche Aktivitäten gefördert? Gibt es ein Werksarztcenter - und wie sieht ggf. die Betreuung der Mitarbeiter aus?

Wohlfühlfaktoren

Gibt es ein qualitativ hochwertiges Mitarbeiterkasino? Wie ist die Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel? Wie verkehrsgünstig liegt Ihr Unternehmen zum Einzugsbereich? Stehen Ihren Mitarbeitern Werksparkplätze zur Verfügung? Liegt das Unternehmen von der Lage her besonders attraktiv - Innenstadt / im Grünen?

Einarbeitung neuer Mitarbeiter

Wie vollzieht sich die geplante Einarbeitung neuer Mitarbeiter? Auslandseinsätze? Wird die Einarbeitung schon bei Vorstellungsgesprächen konkret angesprochen? Wie sehen Einarbeitungspläne aus und welchen zeitlichen Umfang haben sie? Welche Betreuung und Unterstützung wird neuen Mitarbeitern gewährt?

Schulen, Hochschulen und Universitäten vor Ort

Besonders qualifizierte Mitarbeiter legen besonderen Wert darauf, dass auch ihre Kinder eine erstklassige Schulausbildung absolvieren können. Es ist für solche also mit einer der überzeugenden Faktoren, wenn die örtlichen Schularten aufgeführt sind. Ebenso relevant sind Hochschulen und Universitäten. Wobei hier natürlich auch von Interesse ist, ob diese mit öffentlichen Verkehrsmitteln einfach zu erreichen sind. Auch die Möglichkeiten zu einer Fachausbildung sollten, wenn gegeben, genannt werden. Also Techniker- und Meisterschulen und vergleichbare Einrichtungen mehr.

Wie bewirbt man sich?

Wer steht bei Fragen als Ansprechpartner aus dem Personalwesen zur Verfügung? Nach Möglichkeit sollten Fotos von den jeweiligen Personalmanagern gezeigt werden. An welchen Personalmanager kann man nach Fachbereichen seine Unterlagen schicken? Jeweils mit vollständigem Namen und Funktionsbezeichnung sowie Durchwahlnummer. Darf angerufen werden? Sind E-Mail-Bewerbungen erwünscht, weniger erwünscht? Gibt es ein elektronisches Bewerbungsformular? Von wem kann das intern eingesehen werden?

Ihre PDF-Bewerberbroschüre

Für Interessenten ist nichts nützlicher als eine downloadbare Bewerberbroschüre. In diese sollten Sie die Themen aufnehmen, die für Bewerber besonders wichtig sind. Sie sollten ferner alle Punkte definieren, die für Ihr Unternehmen bedeutsam sind und die deshalb für das „Wesen" Ihres Unternehmens stehen. Das, was es ausmacht! Ihre Broschüre sollte „preiswert" ausdruckbar sein. Also nicht vordergründig eine farbige „Hochglanzbroschüre", sondern eine aussagefähige Informationsdarstellung. Ideal wäre es, wenn Ihre „Bewerberbroschüre" eine längere Zeit vom Interessenten auch „aufgehoben" würde. Das erreichen Sie allerdings nur, wenn Sie diese in etwas „verpacken", was für den Interessenten einen dauerhaften, bedeutenden Wert darstellt, wie beispielsweise als Teil eines für ihn wertvollen Bewerbungs- oder Karrierehandbuches.

Karrieremessen und anderes Nützliches

Weitblickende Unternehmen sind häufig auf mehreren „Bondingmessen" präsent. Nur, wie viele Interessenten erreichen Sie da? Und wie hoch ist hierfür Ihr Aufwand? Wer hier eine Kosten-/Nutzen-Analyse durchführt, erkennt häufig eine mangelnde Effizienz. Führende Tageszeitungen und Fachmagazine erreichen beeindruckende Besucherzahlen, aber wie viele hiervon entsprechen tatsächlich Ihrer Zielgruppe, befinden sich zudem in der von Ihnen gewünschten Altersgruppe und sind ferner für eine Veränderung offen? Und wie „attraktiv" können Sie bei dem begrenzten Platz Ihr Unternehmen vorstellen?

Die Attraktivität Ihres Unternehmens

muss bekannt sein und zwar bei Ihren Zielgruppen in Ihrem Personal- und Produktmarketing. Die Schönheit einer „Perle" in einer Muschel erfreut das menschliche Auge nicht, da sie vor ihm verborgen ist. So wie eine „Perle" muss auch die Attraktivität Ihres Unternehmens den Menschen bekannt sein, die Sie für Ihr Unternehmen benötigen. Nur wer Ihr Unternehmen und den „Wert" Ihres Unternehmens für sich selbst kennt, wird sich bei Ihnen bewerben. Die Unternehmen mit einem „klangvollen" Namen sind in der Öffentlichkeit bekannt. Diese erhalten noch qualifizierte Bewerbungen. Die „Perlen", die viele mittelständische Unternehmen darstellen, müssen aber erst gefunden und an das Licht gebracht werden. Und das geht am leichtesten im Internet. Präsent sein vor den Begehrten, am besten bereits seit Jahren und zudem „by the way". Dies funktioniert nur, wenn Sie im Internet mit etwas gefunden werden, das begehrt ist, wie beispielsweise professionelles, kostenloses und umfassendes Know-how zur „Karriere & Bewerbung".

Manche Kommunikationsagenturen empfehlen

Ihre Bewerberbroschüre sollte viele motivierende, da beeindruckende Fotos enthalten. Die Texte sollten dekorativ - also schlecht lesbar - auf buntem Untergrund platziert werden. Um die überragende Bedeutung Ihres Unternehmens auch so

richtig herauszustellen, werden Ihnen für die „Bewerbermotivationsbroschüre“ bis zu 15 Seiten empfohlen. Auf Ihrer „Karriereseite“ rät man Ihnen zu Flash-Animationen und schönen Bildern. Schön wäre zudem ein Unternehmensfilm mit dem Auftritt des Unternehmensleiters. Das alles vermittelt doch eher den Eindruck einer Selbstbeweihräucherung.

Wie prüfen Sie Bewerbungsunterlagen?

Analysieren Sie Bewerbungsunterlagen, prüfen Sie, ob der Bewerber befähigt ist, Wesentliches so herauszuarbeiten, dass Sie dem „roten Faden“ leicht folgen können. Legt ein Bewerber einen „Präsentationsfilm“ bei, werden Sie den wohl kaum ansehen. Sie haben nur sehr wenig Zeit und müssen in dieser sehr viele Bewerbungen prüfen.

Wie agieren potenzielle Bewerber

Interessenten prüfen und wählen ebenso unter mehreren potenziellen Arbeitgebern aus. Studiert ein potenzieller Bewerber Ihre Präsentation, legt er vergleichbare Maßstäbe an. Vor allem will er schnell erkennen, ob er sich bei diesem Unternehmen bewerben sollte. Flash-Darstellungen nerven und Ihren Unternehmensfilm werden wohl wenige ansehen, denn auch für Interessenten gilt: sie möchten schnell zu einer Entscheidung kommen.

Und was ist die Erkenntnis daraus?

Potenzielle Bewerber handeln genauso wie Sie. Umständliches wird nicht beachtet. Aufwändiges wird ebenso links liegen gelassen, wie unnütz Kosten verursachendes. Wer mehrere Bewerbermotivationsfilme gesehen hat, ist hiervon dauerhaft geheilt. Ihre Unternehmensinformation wirkt nur längerfristig, wenn diese ausgedruckt wird. Drucken Sie Broschüren mit riesigen Bildern und wenig relevanten Informationen aus?

Und was raten wir Ihnen?

Ihre Bewerberbroschüre sollte alle Informationen enthalten, die Sie selbst erwarten, wenn Sie ein Unternehmen darauf hin prüfen, ob Sie sich dort bewerben sollten. Hierbei sollten 3 - 4 Textseiten zur Information keinesfalls überschritten werden.

5. Beispiel Bewerberbroschüre Bonduelle

Inhaltsverzeichnis

Bonduelle Deutschland GmbH stellt sich Ihnen vor!

Quand c´est bon, c´est Bonduelle

„Wenn es gut schmeckt, dann ist es Bonduelle“, vom Gemüsespezialisten - weltweit. Gegründet vor 150 Jahren steht die Marke Bonduelle bei Millionen von Verbrauchern heute für Natürlichkeit und Genuss und genießt weltweit allerhöchstes Vertrauen. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Villeneuve d´Ascq ist mit 6.000 Mitarbeitern und 21 Vertriebsgesellschaften in 21 europäischen Ländern sowie Nord- und Südamerika präsent.

Die Unternehmensgruppe Bonduelle produziert weltweit in 26 Produktionsstätten. Als börsennotiertes Familienunternehmen wird es von Christophe Bonduelle geleitet. Unter der weltberühmten Marke Bonduelle werden Produkte in den vier Technologien Konserve, Tiefkühl, Frische und Feinkost in höchster Qualität produziert und angeboten. In Spanien besitzt das Unternehmen zusätzlich die Marken Cassegrain und Frudesa.

Beliefert werden Kunden im Lebensmitteleinzelhandel, in der Gastronomie und Industriekunden. Bonduelle ist spezialisiert auf ein einziges Produkt: Gemüse!

Bonduelle, der Gemüsespezialist

Die Qualität und Produktsicherheit stehen für die europäische Nummer 1 beim verarbeiteten Gemüse an oberster Stelle. Bonduelle macht Gemüse in all seiner Vielfalt für jedermann zugängig - und dies bei vielen Gemüsesorten auch ganzjährig. Die Rohware stammt bei Bonduelle aus kontrolliertem Vertragsanbau und wird so verarbeitet, dass optimale Konsistenz und Vitaminerhalt immer gewährleistet sind. Hierfür steht auch die Wahl der Darreichung mit Dose, Glas, Tiefkühl oder Frische.

Nur die allerbesten Anbaugebiete

Das Beste für alle angebotenen Produkte - das ist die Maxime des Unternehmens. Dies zu gewährleisten erfordert höchste Sorgfalt im Anbau von empfindlichem Gemüse und Salat, denn der wird durch das Wetter begünstigt oder beeinträchtigt. Eine knifflige Aufgabe, die zudem voraussetzt, dass die Strecken zwischen den Rohwaren-Anbauflächen zu den verarbeitenden Bonduelle-Werken kurz sind. Denn nur so kann die Frische erzielt werden, die Bonduelle-Produkte auszeichnen. Salat darf darüber hinaus nur in einer geschlossen Kühlkette transportiert werden. Nicht jedes Gemüse oder jede Salatsorte lässt sich auf jeder Anbaufläche erzeugen. Die Felder müssen optimal den spezifischen Bedürfnissen der Sorten entsprechen. Mit Fruchtwechselwirtschaft ist das Gleichgewicht der Böden dauerhaft zu erhalten. Optimale Frische lässt sich nur so produzieren und damit von Bonduelle garantieren.

Hohe Sorgfalt bei der Auswahl der Flächen und der anbauenden Landwirte ist das eine, die Kontrolle gemeinsam mit den exklusiv für Bonduelle tätigen Landwirten das andere. Aussaat, Düngung, Bewässerung und Ernte - nur so entstehen die allerbesten Rohstoffe. Bonduelle-Qualität steht zudem für Produkte, die frei von Gentechnik angebaut wurden. Bonduelle Produkte werden nach externen, internationalen Standards zertifiziert und ständig ausführlichen Qualitätskontrollen in eigenen Laboratorien unterzogen. Besonders strenge Standards gelten im

Unternehmen für die Salatverarbeitung. Dies beinhaltet auch Hygienevorschriften vom Anbau über alle Produktionsschritte.

Bonduelle bietet noch viel mehr

Zum Beispiel ein Gemüse- und Salatlexikon, in welchem alle Produkte detailliert mit Anbau, der Saison, ihrer Verwendung und Inhaltsstoffen beschrieben sind. Die Bonduelle-Rezepte mit Zutaten, Zubereitung und Nährwerten führen nicht nur zu sehr schmackhaften Ergebnissen, sie informieren auch über den erzielten Nährwert und die notwendige Zubereitungszeit und sie sind sehr schön gestaltet. Schon bei den Kindern genießt die unter einem grünen Blätterdach von einer Sonne umrandete Marke Bonduelle allerhöchstes Vertrauen und steht für beste Qualität. Für die Kleinsten veranstaltet Bonduelle zudem einen spannenden Malwettbewerb. Informativ und zudem sehr nützlich sind natürlich die von Bonduelle veröffentlichten Nährwertlisten, die aussagefähigen Informationen für Diabetiker sowie Allergiker.

Karriere, bei Bonduelle Reutlingen

Die deutsche Tochter der französischen Bonduelle-Gruppe produziert an zwei Standorten Freshcut Salate für den Lebensmitteleinzelhandel sowie Großverbraucher. Als Marktführer in Deutschland vertreibt sie darüber hinaus Gemüsekonserven und Tiefkühlprodukte in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Auch für Bonduelle in Deutschland gilt: die Marktführerschaft setzt zunächst motivierte Mitarbeiter voraus, die über eine ausgezeichnete Qualifikation verfügen. Die Erfahrung, der Einsatz und hohe Leistungsbereitschaft unserer 420 Mitarbeiter, haben Bonduelle zu der beliebtesten Marke im angebotenen Segment gemacht. Beste Produkte benötigen beste Mitarbeiter. Wir freuen uns auf Sie!

Reutlingen – das Tor zur Schwäbischen Alb

Die Stadt Reutlingen ist die Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises Reutlingen. Mit über 110.000 Einwohnern zählt die Stadt bereits zu den Großstädten im Land. Die Stadt liegt in zentraler Lage in Baden-Württemberg. Stuttgart befindet sich ca. 31 km nördlich und ist über eine Schnellstraße mühelos und schnell erreichbar. Reutlingen verfügt über ein außerordentlich vielfältiges kulturelles Angebot. Von Grundschulen ist zu Gymnasien sind in Reutlingen alle Schularten vorhanden. Mehrere Hochschulen befinden sich am Ort. Hierunter auch eine Hochschule für Wirtschaft und Technik, die nicht nur in Deutschland einen exzellenten Ruf besitzt. Dieses Angebot wird ergänzt durch die ESB Reutlingen mit gelebter Internationalität und einem interdisziplinären, praxisorientierten Studium für angehende Betriebswirte und Wirtschaftsingenieure. Universitäten befinden sich in Stuttgart und Tübingen.

Bonduelle Deutschland GmbH
Am Heilbrunnen 136/138
D-72766 Reutlingen
http://www.bonduelle.de

6. Interessenten werden zu Bewerbern

Inhaltsverzeichnis

Wer nicht mit der Zeit geht, geht leer aus

Kupplungen, die nur mit Zwischengas einen Gangwechsel zuließen, sind Vergangenheit. Menschen nützen heute moderne Technik, um Zeit für das zu haben, was sie interessiert. Erfolgsorientierte Menschen sind nicht mehr bereit, unnütze Mühen auf sich zu nehmen. Sie sehen sich immer weniger als Bewerber, sie verhandeln zunehmend auf Augenhöhe.

Warum Bewerber Bewerberbroschüren lieben

Die Erfordernis zum „Zwischengas“ finden Interessenten heute noch auf Karriereseiten. Die Informationen, die sie überzeugen sollen, sich in einem Unternehmen zu bewerben, sind gut versteckt und die Handhabung des Stellenangebotes erfordert erst Einarbeitung. Präsentieren, wenn wir verkaufen wollen, diese Erfordernis ist Werbemanagern bekannt. Erstaunlich, dass sich diese Erkenntnis im Werben um Bewerber noch nicht durchsetzte. Qualifizierte Bewerber lieben sie, die perfekt für sie aufbereiteten Bewerberbroschüren. Diese Liebe lässt sich steigern, wenn die Bewerberbroschüre als PDF herunterladbar ist und zudem einen direkten Link zur Stellenbörse des werbenden Unternehmens besitzt.

Exzellente Arbeitgeber, die Bewerberbroschüren vieler - und das digital

Schöngeister verhalten sich wie Puristen, die selbst heute noch das Zwischengas lieben, sie genießen Informationen am liebsten gedruckt, selbst wenn diese oftmals veraltet sind. Macher gehen mit der Zeit. Dies erklärt den gerade einsetzenden Siegeszug der Reader. Aktuelle Informationen - dieser Erfordernis entsprechen doch vorwiegend digitale Medien.

Das Internet, das Medium der veränderungsoffenen Generation

Über zwei Jahrzehnte lang warb Pepsi mit einem TV-Spot anlässlich der Übertragung des American-Football-Finale Super Bowl. 2010 verzichtet Pepsi hierauf und investiert die eingesparten rund 20 Millionen Dollar in eine Social-Media-Kampagne im Internet. Um 60% will der führende Brauseproduzent seinen Etat für Online-Werbung erhöhen, da dies der beste Weg sei, um jüngere Zielgruppen anzusprechen. Diese Zielgruppe ist auch die interessante für Ihr Personalmarketing. Ältere sind selten veränderungsoffen. Personalmarketing und Produktmarketing lassen sich im Internet optimal verbinden. Hier fördert das eine das andere, zumindest, wenn beides intelligent „beworben“ wird. Und zudem lässt sich alles im Internet verlinken. Mit einem Klick zu dem, was Sie anbieten. Interessant zu Facebook ist ein Bericht des Wall Street Journal (04/12), nach diesem plant GM auf Facebook keine Anzeigen mehr zu schalten, da diese potenzielle Kunden kaum erreichten. General Motors ist einer der größten Werbetreibenden in den Vereinigten Staaten.

7. Produktmarketing ist Personalmarketing

Inhaltsverzeichnis

Und Personalmarketing ist Produktmarketing

Qualifizierte Menschen, die sich selbst etwas zutrauen, bewerben sich bei Unternehmen mit einem herausragenden Image, da besonders solche ihrem Anspruch gerecht werden. Das Unternehmensimage entspricht dem Wert, den sie sich selbst als Mitarbeiter zubilligen. Produkt- und Personalmarketing verhalten sich wie unsere linke und unsere rechte Hand. Erst gemeinsam bilden sie ein perfektes Ganzes. Sie sind untrennbar miteinander verbunden. Aber auch ein hohes Image muss man sich erarbeiten. Und dies gelingt selten über Nacht.

Nur die überzeugende Werbung bringt den Erfolg

Wer nicht wirbt, stirbt. Ein Spruch, den jeder in der Werbebranche kennt und beherzigt. Wir begehren vorwiegend das, was wir sehen. Wiederholte Werbung wirkt unterbewusst. Wenn wir nach den Jahren des „Hundes“ nunmehr im Zeitalter der Katze angelangt sind, wie ein Werbeguru erkannte, sollten wir nicht versuchen, diese mit „Leckerli“ zu ködern. Eine „Katze“ zu überzeugen verlangt „Argumente“. Deren Bedürfnisse gilt es zu erforschen. Auch Bewerber lassen sich nicht mehr mit einigen bunten Fotos oder Filmen beeindrucken. Nur Fakten aus Bewerbersicht erschließen ihnen, ob ein Unternehmen begehrenswert ist.

Onlinewerbung sichert nur theoretisch eine permanente Präsenz

Stellenanzeigen in Zeitungen sind nur kurze Zeit präsent. Die überregionale Zeitung muss zudem extra erworben werden - und das erfolgt höchstens, wenn Bewerber aktiv suchen. Stellenbörsen gibt es über Tausend. Alle versuchen sich gegenseitig zu übertrumpfen. 400.000 Stellen und zehntausende Arbeitgeber. Aber auch hier muss aktiv gesucht werden. Gerade die Begehrtesten suchen leider am wenigsten. Sie haben es einfach nicht nötig. Im Internet ist ein Mitarbeiter suchendes Unternehmen zwar rund um die Uhr präsent. Nur, das nützt ihm wenig, wenn die angepeilte Zielgruppe hiervon keine Kenntnis nimmt.

Wie erreicht und überzeugt Werbung Ihre Zielgruppe?

Die Präsentation eines Unternehmens unter sehr vielen anderen entspricht einem Wald. Man sieht den einzelnen Baum vor lauter Bäumen nicht mehr. Das kann man leicht toppen, indem man sein Unternehmen „ohne Herzblut“ lediglich mit seinen Kennzahlen vorstellt. Hochschulmarketing macht doch nur dann Sinn, wenn man die richtige Zielgruppe erreicht. Von über 2 Millionen Studenten sind doch vorwiegend Diplomanden und Absolventen interessant.

Was benötigen besonders Qualifizierte?

Wer beruflich weiterkommen möchte, benötigt fundiertes Know-how und zwar sowohl zur Bewerbung als auch Tipps und Hinweise dazu, wie er am effizientesten Karriere machen kann. Qualifiziertes Know-how gibt es im Internet häufig aufgeteilt in vielen kleinen Häppchen. Die kleinen, oft genug nur wenig professionellen „Häppchen“, genügen dem Anspruch an eine umfassende Information jedoch kaum. Auch hier gehen qualifizierte Menschen Wege, die nicht nur bequemer sind, sondern auf denen sie das qualifizierteste Know-how erhalten. Wer aufstiegsorientierte, veränderungsoffene Menschen für sich motivieren möchte, erreicht diese zuverlässig

über professionelles Know-how zur „Karriere & Bewerbung“. Im Rahmen von Benötigtem wird eine unaufdringliche Werbung akzeptiert.

Die Begehrten googeln nach dem benötigten Know-how

Wer sich bewerben möchte, googelt nach „Bewerbungshandbuch“. Die auf der ersten Seite der Suchmaschine gefundenen checkt er hinsichtlich seiner Anforderungen ab. Entdeckt er bei einem Bewerbungshandbuch „kostenlos“, „professionell“ und als „PDF herunterladbar“, wird er sich dieses höchstwahrscheinlich auch direkt herunterladen. Dieselbe Aussage gilt identisch für diejenigen Menschen, die beruflich aufsteigen möchten. Sie googeln nach „Karrierehandbuch“, checken ebenfalls, ob gefundene Fachbücher einen professionellen Eindruck vermitteln und laden sich mit Sicherheit das „kostenlose“ herunter. Gibt es solche Sachbücher zudem kostenlos auch noch in einer mobilen Version für den Kindle oder iPad etc. ist das kaum noch zu überbieten.

Produkt- und Personalmarketing werben oft vor identischen Zielgruppen

Marktforscher von ComScore.com und Dunnhumby.com ermittelten, dass Onlinewerbung bei Markenprodukten höhere Umsatzsteigerungen bewirkte als die teure Fernsehwerbung. Werbung muss zum passenden Zeitpunkt ihre Empfänger erreichen und sie muss eine Inkubationszeit überstehen, bevor sie unterbewusst ihre Wirkung vollständig entfalten kann. Gleichgültig, ob Sie Produkte bewerben, oder im Personalmarketing Ihre Zielgruppen über Ihr Unternehmen informieren möchten, sie sollten beide Aspekte berücksichtigen. Damit ergibt sich bereits die Frage, wie erreiche ich beide Zielgruppen sowohl effizient als auch möglichst kostengünstig und vor allem, wie erreiche ich diese wirklich dauerhaft? Diese Anforderungen erfüllt eigentlich nur eine im Internet optimal platzierte Botschaft. Diese Internet-Plattformen müssen in den angepeilten Zielgruppen allerdings bekannt sein und sie müssen diesen einen hohen Nutzen bieten, so dass sie häufiger aufgesucht werden.

TV-Werbespots sind nur wenig effizient

Nachdem Werbung im Internet mit sehr geringem Aufwand und somit auch geringen Kosten über Videos, Audiodateien und auf vielen Webseiten mit Text und Bildern neue Möglichkeiten eröffnet, haben selbst große, alteingeführte Unternehmen ihren TV-Werbeetat teilweise ganz erheblich gekürzt. Und dies nicht wegen der Krise, sondern wegen der höheren Effizienz.

Webseiten entsprechen Netzwerken

Je mehr Verbindungslinien zu einer Webseite führen, umso eher breiten sich über diese Botschaften aus. Das kann Produkte betreffen, oder auch Informationen für potenzielle Bewerber. Diese Botschaften können positiv und ebenso negativ sein. Die Verbindungslinien verhalten sich vergleichbar zu den großen Luftverkehrsknoten. Aus den Städten London, New York, Frankfurt, Bangkok und noch wenigen mehr, erreichen Passagiere jeden Winkel der Welt. Auf diese Weise verbreiten sich auch Krankheiten in Windeseile über die ganze Welt. Eine Grippe in Hongkong löst bereits morgen eine weltweite Epidemie aus. Diesen Effekt nützt auch das „Viralmarketing“. Wie Viren sollen sich Botschaften über die wichtigsten Knoten weltweit verbreiten. Wer Nachrichten besonders schnell streuen möchte, sollte dieses Prinzip beherzigen.

Glaubwürdigkeit

Rund 80% der Menschen vertrauen persönlichen Empfehlungen. Knapp 70% vertrauen redaktionellen Beiträgen, den Werbebotschaften vertrauen nur recht

wenige Menschen. Der prozentuale Anteil hängt hier wesentlich von dem Ansehen des Unternehmens ab.

Welche Produkte sind die begehrtesten?

Es dürfte kaum überraschen, dass am begehrtesten die Produkte sind, die das Leben des Betroffenen vereinfachen. Für das Personalmarketing bedeutet dies doch, dass ein potenzieller Bewerber mit möglichst geringem Aufwand benötigte Informationen erhält, und dass er ebenfalls mit geringem Aufwand die „Stellenbörse" des Unternehmens, das ihn interessiert, erreicht und abfragen kann. Das gilt ebenso für dessen Stellenangebote, die es gegebenenfalls auf externen Stellenbörsen ausgeschrieben hat. Hier besteht für ein Unternehmen zudem die Erfordernis, dass der Interessent nicht Dutzende von Stellenbörsen einzeln abfragen muss. Dies ist mittels Meta-Stellensuchmaschinen, wie auf Karrierehandbuch.de, über den für präsentierte Unternehmen voreingestellten „JobRobot" lösbar.

Die Nützlichkeit entscheidet

Welche Zielgruppe benötigt welche Produkte? Welche Kernbotschaften führen dazu, dass sich ein Produkt tatsächlich in den Köpfen der Menschen auch fest „verankert"? Werbung wird doch heute von vielen Werbeagenturen als hohe „Kunst" zelebriert. Warum soll ich das Produkt erwerben? Die Information fehlt, hierfür aber Hochglanz. Kostenloses, das extrem wichtig für bedeutsame Zielgruppen ist, wird schnell bekannt. Es kann somit als Transporteur für „Botschaften" von Unternehmen genutzt werden.

Die Effizienz von Marketingbudgets

Marketingfachleute wissen was sie tun. Denn sie „tun" es meist schon sehr lange so. Und ihr bester Beweis ist, dass ihre Kollegen von der Konkurrenz es ebenso machen. Bei privaten Sendern wird die geschaltete Fernsehwerbung durch Zappen neutralisiert. Doch selbst wer Werbung sieht, kann sich oft nach einer Viertelstunde nicht mehr daran erinnern, welche Produkte er denn nun im Werbeblock tatsächlich gesehen hat. Nach nur einem Tag können sich bereits 98% der Besucher nicht mehr daran erinnern, welche Werbung sie am Vortage tatsächlich sahen. Aber Werbung wirkt auch unbewusst. An den „Blubb" oder „güldenen Deckel" der Verona Pooth bezüglich zweier Produkte können sich sicherlich noch viele erinnern. Aber welche Marken hat sie denn beworben? Die Millionen fürs Fernsehen sind verschleuderte Millionen. Jedenfalls weit überwiegend. Sie verursachen Kosten, ohne den Marktanteil des Unternehmens wirklich zu steigern. Werbefachleute reden von ihrer Kreativität. Von ihrer „Kunst". Doch ihre Argumente, warum die Verbraucher denn tatsächlich kaufen sollen, sind doch meist sehr dünn gesät. Produktmanager und ebenso Personalmanager müssen Alternativen in Erwägung ziehen. Wie erreiche ich die Zielgruppen, die sich heute vornehmlich über das Internet informieren? Und sie müssen ihre Botschaften dort positionieren, wo sie sich am schnellsten verbreiten. Das gelingt nur, wenn man sich an den Bedürfnissen der zu überzeugenden Menschen orientiert.

Potenzielle Bewerber zu überzeugen - erfordert Glaubwürdigkeit

Langatmiges liest niemand. Belehrendes ebenso wenig. Gelesen werden nur Inhalte, die sprachlich zielgruppenadäquat anspruchsvoll - aber niemals langatmig sind. Wir vertrauen den Menschen, die sich einem Thema leidenschaftlich widmen, die sich auf ihrem Fachgebiet hohe Kompetenz erwarben. Den Koryphäen also.

8. Verankern, lautet das erste Gebot

Inhaltsverzeichnis

Entscheidend ist, was in den Köpfen haften bleibt

Nur an eine Werbung, die uns tief beeindruckte, können wir uns längere Zeit erinnern. Hierzu zählen sicherlich mehrere Anzeigenkampagnen der italienischen Benetton Group. Mit grauenhaften Fotos von Oliviero Toscani auf großformatigen Werbetafeln erregte das Unternehmen erhebliches Aufsehen. Ob das den Verkauf beflügelte sei dahingestellt. Auf jeden Fall diskutierten die Menschen über die als schrecklich empfundenen Bilder. Auf diese Weise war Benetton jeweils wochenlang in den Medien - und dies kostenlos.

Werbung soll das Beworbene „positionieren“

Im Bewusstsein potenzieller Verbraucher sollen die Produkte eines Unternehmens dauerhaft so „verankert“ werden, dass sie sich im Unterbewussten fest „einnisten“. Die Positionierung kann auf vielerlei Wegen erfolgen. In der Internet-Enzyklopädie Wikipedia erfolgt sie mittels umfassender und kostenloser, brauchbarer Inhalte. Durch die Positionierung hebt sich ein Produkt von anderen ab. Es fällt uns immer als erstes Produkt ein, wenn wir ein Bedürfnis in diesem Bereich befriedigen wollen.

Was erfordert eine Positionierung?

Sicher als erstes, dass der „Werbende“ weiß, welche Zielgruppe er ansprechen will. Genauso bedeutsam ist, dass er die Bedürfnisse dieser Zielgruppe umfassend kennt. Da sich fast jedes Produkt gegenüber einer bestehenden Konkurrenz durchsetzen muss, sollte er ebenso berücksichtigen, wie die Konkurrenz strategisch und taktisch aufgestellt ist und vorgeht. Optimal ist es natürlich, wenn es um die Befriedigung eines echten Bedürfnisses geht, das seitens der Konkurrenz nicht so gut abgedeckt wird. Deren erkannte Schwachstellen kann er in seinen Werbebotschaften nutzen.

Der Mercedes unter ...

Haben Sie sich eine klare Positionierungsstrategie für Ihr Unternehmen zurechtgelegt? Und zwar sowohl hinsichtlich Ihres Unternehmensimages als auch im Hinblick auf eine die Zielgruppe der potenziellen Bewerber überzeugende „Arbeitgebergebermarke“. Umfasst die geplante Positionierung auch wirklich alle möglichen Motivationsfaktoren? Stützt die Positionierung Ihr Anliegen in Richtung einer Absatzsteigerung Ihrer Produkte? Hebt Sie die Positionierung in der Zielgruppe erkennbar positiv von Ihrer Konkurrenz ab?

Verbraucher kaufen keine Produkte, sie erwerben Lösungen

Ansätze für eine Positionierung ergeben sich aus dem Grad der „Problemlösung“. Eine Positionierung erfordert natürlich mehr als nur klug formulierte Werbesprüche. Sie beinhaltet das Produktdesign, die Zielplanung und Werbestrategie und natürlich auch die Selektion der passenden Medien einschließlich der Bewertung der Kosten.

Erkannte Probleme bieten Chancen für Erfinder

Häufig handeln Unternehmen doch so, ich habe da ein geschicktes Produkt und jetzt suche ich nur noch eine erstklassige Idee, wie ich das vermarkten kann. Natürlich wurden viele Produkte, die später die Welt eroberten, zufällig erfunden. Das Penicillin gehört ganz sicher hierzu. Aber als Unternehmen darf man sich nicht auf solche Zufälle verlassen. Nur wer den echten Bedarf kennt, kann dem entsprechen. Die

Existenzberechtigung eines Produktes hängt doch in allererster Linie davon ab, ob es ein Bedürfnis befriedigt. Nur was gebraucht wird, kann auch Käufer finden.

Es gibt bereits Konkurrenzprodukte

Alle „Daniel Düsentriebs“ unserer Zeit leiden und beklagen doch vorwiegend, dass alles schon „erfunden“ sei und für Ideen und Kreativität kein Spielraum bleibt. Und dann sind sie fürbass erstaunt, wenn ein findiger Kopf „die Idee“ realisiert, auf die sie doch leicht hätten selbst kommen können. Wo liegen echte Chancen? Marktchancen für Unternehmen liegen überall dort, wo Kunden unzufrieden sind. Es gibt doch genug Geschichten, in welchen ein unzufriedener Gast das Lokal aufkauft, um es nach seinen Vorstellungen besser zu führen. Marktforscher beschäftigen sich deshalb mit den Fragen, wie häufig tritt eine Problematik bei Produktbenutzern auf? Wie sehr stört dieser Mangel? Letztlich bedeutet das, wie lästig wirkt er sich aus? Dann stellt sich die Frage, können wir das mit einem neuen Produkt besser lösen, vielleicht genügt auch schon die Modifikation eines bestehenden eigenen Produktes, um besser als die Konkurrenz zu sein. Das zu lösende „Problem“ kann sich ebenso für eine andere Person oder auch für ein Haustier ergeben. Das Leckerli für Hund und Katze beschäftigen manches Herrchen oder Katzenfrauchen doch ganz erheblich. Der Grad der Problemlösung wirkt sich kaufentscheidend aus. Attraktivität verlangen wir vorwiegend bei Luxusgütern, mit denen wir andere zutiefst beeindrucken möchten.

Nebensächlichkeiten oder echte Problemlösung?

Erst mit Erfüllung erforderlicher Mindestleistungen ist eine Problemlösung gegeben. Erfüllt das Produkt diese Mindestleistung nicht, wird es vom Verbraucher nicht ernst genommen und gekauft. Darüber hinaus gibt es unverzichtbare Faktoren, das sind diejenigen, die das Produkt gegenüber der Konkurrenz positiv abheben. Und es gibt den Bereich der Nettigkeiten, die zwar sein können, wenn sie keinen erheblichen Aufwand bedeuten, die aber dem Produkt keinen Mehrwert verleihen.

Das attraktivste Produkt ist oft am wenigsten rentabel.

Viele Innovationen entstehen in den Labors findiger Forscher. Es sind ihre „Kinder“. Und je nachdem, welchen Einfluss Erfinder besitzen, werden ihre Ideen auch zur Marktreife weiterentwickelt. Für unsere Kinder wollen wir doch immer das Beste. Auf diese Weise werden selbst Produkte, die kein wirkliches Marktbedürfnis erfüllen immer weiterentwickelt in der Hoffnung, dass so sukzessive ein Produkt entsteht, das irgendwann seine Chance im Markt bekommt. So entstehen „perfekte“ Kinder. Vergleichbar zu drei abgeschlossenen Studiengängen plus mindestens einer Promotion. Solche Produkte befriedigen Erfindereitelkeiten - ansonsten sind sie leider wertlos.

Selbst Hightech-Produkte altern

Die Konkurrenz schläft nicht. Wer sich auf seinen Lorbeeren ausruht, fällt zurück. Produkte unterliegen zudem einem sich stetig wandelnden Verbraucherverhalten. Amerikanische Straßenkreuzer erleben, vergleichbar den untergegangenen Sauriern, gerade ihre eigene Apokalypse durch ein erheblich gewandeltes Umweltverständnis. Ihre Zeit ist abgelaufen. Die Unternehmen versäumten es, sich hierauf einzustellen. Da reicht es auch nicht, dieselben Autos zu verkleinern und sie dann im reduzierten Gewande mit einer „roten Schleife“ versehen, erneut den Konsumenten anzudienen.

Sortimentserweiterungen verursachen zunächst Kosten

Das Adlerjunge hat es begriffen. Ein Geschwisterchen schadet seiner Aufzucht. Er wird deshalb alles daran setzen, den zweiten Nestling aus dem Horst zu werfen. Unternehmen, die ihr Sortiment erweitern, sollten dieses Prinzip auch beachten. Ansonsten gehen Erweiterungen des Sortiments schnell zu Lasten vorhandener Produkte.

Verankern im Bewerbermarkt

Je nach Branche stellt sich der hoch qualifizierte Bewerbermarkt geringfügig anders dar. Statistisch gesehen wird er sich aber immer im Bereich von wenigen Millionen bewegen. Bekannt werden in einem Bereich von einigen Millionen, wie funktioniert solches? Die Personalmanager hoffen natürlich darauf, dass ihre Stellenanzeigen ihr Unternehmen, im Bewerbermarkt bekannt machen. Inwieweit solches zutrifft, kann man sehr einfach selbst überprüfen, indem man sich fragt, wie oft man selbst in der Vergangenheit Stellenmärkte beachtet hat, wenn man sich nicht aktiv bewerben wollte - oder musste. Vermutlich durchstöberte keiner freiwillig die Stellenmärkte in den diversen Medien.

Informationsbroschüren und weiteres Nützliches

Wie oft lasen Sie selbst das Informationsmaterial, das von Politikern höchstpersönlich anlässlich Wahlen verteilt wurde? Und wann spätestens entsorgten Sie die Broschüren? Also, auch kein besonders effizienter Weg zu denjenigen, die man überzeugen möchte.

Wie erreicht ein Unternehmen sonst noch den Bewerbermarkt?

Theoretisch darüber, dass in den Medien von Zeit zu Zeit positive Berichte über das Unternehmen und seine Produkte veröffentlich werden. Das wird bei Verbrauchern von denjenigen beachtet werden, die sich für den Erwerb dieses Produktes interessieren. Ansonsten kann kein Unternehmen darauf hoffen, dass seine Pressemitteilungen auch ein breiteres Publikum erreicht. Der Kreis, der alle Presseberichte liest, ist überschaubar.

Beliebt sind Bondingmessen

Bondingmessen ermöglichen durch ein persönliches Kennenlernen eine höhere Motivation. Der Aufwand und erzielte Nutzen stehen aber nicht immer in einem idealen Verhältnis. In Erinnerung der Absolventen bleiben nur Unternehmen, die diesen etwas Nützliches, wie ein Bewerbungshandbuch mit ihrer jeweiligen Unternehmenspräsentation aushändigten.

Es gibt nur den Weg und der führt über den echten Bedarf.

Alles, was im Bedarfsvakuum angeboten wird, kann niemals zu einem Erfolg führen. Angenommen wird, was der Adressat wirklich benötigt. Was benötigt denn ein potenzieller Bewerber? Am allermeisten wohl Tipps zur „Karriere & Bewerbung“.

9. Das Personalmarketing bedarf der Fähigsten

Inhaltsverzeichnis

A long time ago

Bereits vor einigen Jahrzehnten wurde die Ressource Mensch zur wichtigsten erklärt. Shareholder Value strafte jedoch die Lügen, die den Menschen im Mittelpunkt sahen. Der Mensch, ein Produktionsfaktor, der lange ausreichend am Markt verfügbar war. Auswählen aus vielen Stellensuchenden. High-Potentials selbst für einfache Aufgaben. Da die Konjunktur läuft, profitieren nur noch wenige Unternehmen von der vergangenen Wirtschaftskrise. Die Zeit der Bewerberabwehr ist Vergangenheit. Der demografische Faktor wird die Unternehmen zukünftig höchst massiv beeinträchtigen.

Der „War for Talents“ wird Realität

Wer sich die Bevölkerungsentwicklung genau ansieht erkennt, dass es „fünf vor zwölf“ ist. Deutschland schrumpft. Migranten, die das ausgleichen sollen, sind oft wenig qualifiziert. Der „statistische Bauch“ mit erfahrenen, qualifizierten Mitarbeitern nähert sich der Rente. Die nachfolgenden Generationen reduzieren sich zunehmend bis annähernd auf die Hälfte. Die Erbengeneration bleibt dort „kleben“, wo sie Wohneigentum besitzt oder erben wird. Der Wertewandel hin zu einer „Work-Life-Balance“ verwandelt selbst Mobile in Immobile. Ehrgeizige Unternehmensziele werden zur Makulatur, wenn qualifizierte Mitarbeiter fehlen. Projektlaufzeiten verlängern sich und Kundenprojekte können nicht angenommen werden. Wachstumsstrategien werden sich danach orientieren, ob Mitarbeiter zu bekommen sind.

Klassische Anreizmodelle versagen

Trotz eines enormen Gehaltssprunges sind bereits heute viele nicht mehr wechselbereit. Ist ein Wohnortwechsel erforderlich, tendiert die Wechselwilligkeit in Richtung „Null“. Pendeln erscheint unzumutbar und ist es bei den Verkehrsverhältnissen ja teilweise auch. Wer finanziell gut gestellt ist, nimmt ungern Risiken oder große Anstrengungen auf sich. Die Karriereorientierung wird sich künftig auf eine kleine Gruppe Ehrgeiziger beschränken.

Wer auf Sicht fährt, wird abgehängt

Die Personalbeschaffung erfolgt doch immer noch vielfach reaktiv und selten pro aktiv. Manche Unternehmen kennen ihren Personalbedarf weder qualitativ noch quantitativ. Werden spezialisierte Mitarbeiter benötigt, starten sie die Suche deshalb viel zu spät. Der Unternehmenserfolg ist gefährdet, wenn eine Mitarbeiterbeschaffung nicht gelingt.

Personalmarketing, die Spielwiese für Praktikanten?

Da lassen wir zunächst einmal einen Diplomanden eine Diplomarbeit darüber schreiben. So manches Unternehmen startete in der Vergangenheit so in sein Personalmarketing. Wer dies auch heute noch für einen sinnvollen Weg hält, wird sein „Waterloo“ erleben. Professionelles Personalmarketing ist längst eine Aufgabe für die fähigsten Spezialisten. Reichte früher die Schaltung einer einzigen Stellenanzeige, so genügt das aufgrund des sich wandelnden Medienverhaltens verschiedener Zielgruppen heutzutage nicht mehr. Alle relevanten Zielgruppen sind

zu erreichen und dies bedarf auch aufwändiger crossmedialer Strategien. Keine Aufgabe für Nachwuchstalente. Hierzu bedarf es Fachleute mit Medienkenntnis.

Unternehmen suchen nur High Potentials

Studiert man die Stellenanzeigen, stellt man schnell fest, dass offensichtlich vorwiegend Technologieführer oder die branchenstärksten Unternehmen Mitarbeiter suchen. Natürlich müssen neue Mitarbeiter zu diesen zu „Überfliegern“ hoch stilisierten passen. High-Potentials, Talente, die Besten, die Fähigsten, die Mobilsten werden angesprochen. Das hat selbst für Unternehmen funktioniert, die im Bewerbermarkt wenig bekannt sind. Bis jetzt wählen Arbeitgeber aus. In sehr überschaubarer Zeit wählen Arbeitnehmer aus. Wer als Arbeitgeber „gefallen“ will, muss selbst Aufmerksamkeit und Neugier erwecken. Die eigene Attraktivität als Arbeitgeber wird für die Beschaffung ausschlaggebend werden.

Arbeitgeberattraktivität verlangt mehr als bunte Bilder

Employer Branding heißt das neue Zauberwort, das durch Personalabteilungen geistert. Viele verwechseln die Arbeitgebermarke mit „poppigen“ Unternehmenspräsentationen. Im „Bewerbermarkt“ jedoch wählen Bewerber nach dem Image aus, das zu ihnen passt. Hochglanzbilder ersetzen keine Argumente. Und Unternehmensfilme noch viel weniger. Personalmarketingfachleute müssen für jede der für sie relevanten Zielgruppen ermitteln, was diese tatsächlich anspricht. Der „Wurm muss dem Fisch schmecken“, doch welcher „Wurm“ schmeckt und sättigt ohne weiteren Aufwand möglichst langjährig?

Nur glaubwürdige Argumente vermitteln Ihre Arbeitgeberqualität

Bondingmessen sind in. In Superlativen beschreiben Unternehmen wie „toll“ sie sind. Nur diese Selbstbeweihräucherungen liest keiner - und wenn doch, werden sie geglaubt? Was interessiert wirklich? Und zwar diejenigen, die hierdurch gewonnen werden sollen.

Zu Beeindruckendes kann verschrecken

Besonders Naturwissenschaftler besitzen eine „angeborene“ Aversion gegen Anzüge. Bossanzüge oder Pradakostüme wirken auf diese eher abschreckend als überzeugend. Wer eine Zielgruppe gewinnen will, muss sich auf diese Zielgruppe bewusst einstellen. Mitarbeiter möchten stolz auf ihr Unternehmen sein. Stolz auf die Produkte, die sie entwickeln, produzieren, verwalten oder verkaufen. Machen Sie ihre Mitarbeiter stolz. Denn nur von ihrem Unternehmen begeisterte Mitarbeiter überzeugen auch andere und werben auf diese Weise sogar weitere Mitarbeiter für Ihr Unternehmen.

Kommunizieren Sie authentisch

Viele Unternehmen probieren es nach dem Prinzip „steter Tropfen höhlt den Stein“. Ein Werbeguru rief die Zeitenwende aus. Argumente würden verlangt, nicht Sprüche. Im Zeitalter der Katze funktioniert nicht mehr, was im Zeitalter des Hundes klappte. Das gilt für das professionelle Personalmarketing doch in einem ganz besonderen Maße.

Das was Ihre Mitarbeiter bindet, lockt auch die Bewerber

Traumarbeitgeber werden nicht geboren. Sie entstehen in einem wohlüberlegten Prozess. Nicht die in einem Unternehmensleitbild veröffentlichten ethischen Werte überzeugen, überzeugend ist nur das, was alle Ebenen im Unternehmen leben - und was sie deshalb nach außen kommunizieren. Die Dienstleistung gegenüber Kunden

wird perfektioniert. Warum nicht auch der Umgang mit Ihren Mitarbeitern, mit Lieferanten und anderen Geschäftspartnern mehr?

Crossmedia, das Instrumentarium erfahrener Marketingfachleute

Die Kommunikationskanäle gilt es zu bündeln und alle müssen mit einer „Zunge“ sprechen. Authentizität gilt es zu vermitteln. Nicht Werbeversprechen, die nicht einhaltbar sind. Unternehmen müssen nicht „unverwechselbar“ sein, sie müssen aber als wahrhaftig gelten. Das gilt für das Campus-Marketing ebenso wie für Ihre Personalmarketingbroschüren. Erreichen sie ihre Zielgruppe, kommunizieren Unternehmen im Internet am effizientesten.

Unbekannte Unternehmen haben keine Chance

In der Studie „High-Potentials kommt die Managementberatung Kienbaum zu der Erkenntnis, dass „No-Name-Betriebe“ chancenlos seien. Die Bekanntheit eines Unternehmens sichert somit sowohl den Produkt- als auch den Rekrutierungserfolg.

Die kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit

Nur jedes vierte Unternehmen betreibt eine kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit. Für die allermeisten Unternehmen ist eine solche auch dauerhaft kaum darstellbar. Die Öffentlichkeitsarbeit wird zwar als zwingende Investition in die Zukunft gesehen, nur es fehlen nicht nur ausreichende Budgets sondern meistens auch die Fachleute. Eine überregionale Bekanntheit erlangen somit nur die wenigsten Unternehmen.

Der richtige Marketing-Mix

Der Marketing-Mix ist eine wesentliche Erfolgskomponente in der Personalbeschaffung. Nur, wer alles richtig machen möchte, muss meist viele Maßnahmen zielgerichtet bündeln. Stete Öffentlichkeitsarbeit, Hochschulmarketing, Online-Recruiting, Karriereseiten und Karrierebroschüren, Anzeigenkampagnen und die Belegung spezialisierter Webseiten.

Produktmarketing ist Personalmarketing

Ein tolles Markenimage motiviert Bewerber ebenso. Erstens kennen sie hierdurch das Unternehmen, zweitens möchte sich jeder mit einem tollen Markenimage schmücken. Jeder Fußballer möchte doch bei den bekannten Vereinen in der ersten Liga mitspielen. Identisch verhält es sich mit Unternehmen. Solange es bedeutend mehr Bewerber gibt, als die bekannten und deshalb begehrenswerten Unternehmen Mitarbeiter benötigen, können auch noch die weniger bekannten Unternehmen unter den Bewerbern auswählen.

Strahlende Sterne - oder eher dunkle Materie?

Die strahlenden Sterne sieht jeder ohne jegliche eigene Mühe. Diese Unternehmen werden auch in einem „leeren“ Markt unter den Bewerbern auswählen können. Im Bewerbermarkt unbekannte Unternehmen hingegen bekommen zunehmend Probleme. Unternehmen, die nur regional oder in ihrer Branche bekannt sind, müssen aktiv werden. Crossmedia klingt gut. Aber Crossmedia verlangt einen sehr hohen finanziellen Aufwand. Nicht jeder kann oder will sich dauerhaft einen solchen leisten. Wege sind zu beschreiten, die Vergleichbares mit darstellbaren finanziellen und menschlichen Ressourcen leisten. Diese Wege müssen zudem einfach zu begehen sein, wir nehmen lieber wahr, was leicht ist. Sie sollten Ihr Unternehmen an „Hauptstraßen“ und nicht mittels Crossmedia an vielen „Nebenstraßen“ präsentieren. Das gelingt heutzutage am effizientesten über das Internet, wo Sie langjährig

benötigtes Know-how gemeinsam mit Ihrer Imagebroschüre in einem Dokument anbieten können.

10. Das Personalmarketing bedarf durchdachter Strategien

Inhaltsverzeichnis

Alles fließt, das gilt auch für die Medienlandschaft

Oder, wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit. In den USA sterben Zeitungen. Die gedruckten Ausgaben selbst von Zeitungsikonen geraten immer mehr ins Wanken. Fiona Spruill, die Onlinechefin der New-York Times, dementierte im Oktober 2009, dass die Druckausgabe eingestellt wird. Medien verlagern ihre Präsenz zunehmend ins Internet. Die Inhalte entwickeln sich deckungsgleich zur Druckversion und werden kostenpflichtig.

Stellenbörsen kontra Printmedien

Wer hier gewinnt wird offenkundig, wenn man den Anzeigenumfang zugrunde legt. Natürlich stellen auch die überregionalen Tageszeitungen Stellenanzeigen ins Internet. Das Problem für die Interessenten ist nur, dass es längst zu viele „Stellenbörsen“ gibt. Monster, Stepstone und wohl über tausend weitere kämpfen um die Anzeigenbudgets. Metasuchmaschinen sammeln und bündeln die Stellenanzeigen mehrerer Stellenbörsen. Der Interessierte kann über diese die Stellenangebote mehrerer Stellenbörsen abfragen. Ein Komfort, den allerdings nur diejenigen nutzen, die diese Metasuchmaschinen kennen.

Menschen informieren sich erst dann, wenn sie Informationsbedarf haben

Das Informationsverhalten der Menschen ändert sich. Bisher wurden sie passiv informiert. Aber immer häufiger informieren sie sich erst dann aktiv, wenn sie Informationen benötigen. Im Fernsehen der Zukunft schaut man „Nachrichten“, wenn man hierzu gerade „Lust“ hat. Spielfilme werden über das Internet abgerufen, ein Trend, dem sich das Fernsehen nicht entziehen kann. Politiker haben deshalb ja bereits die Haushaltsabgabe eingeführt, um die Bürger weiterhin zur Kasse bitten zu können, auch wenn diese nicht fernsehen.

Der mündige Bürger nutzt das Internet

Die Quote der Breitbandversorgung gilt inzwischen als wichtigster Fortschrittsindikator. Die Bundesregierung hat den DSL-Löchern im ländlichen Raum den Kampf angesagt. Sie stellte hierfür Finanzmittel bereit und die Landesregierungen geben diese eifrig aus. Der Zugriff über superschnelle DSL-Verbindungen verändert nachhaltig die Werbewirtschaft. Die Informationskultur bewegt sich noch weiter hin zur aktiven Informationsbeschaffung. Bereits 98% privater Internetsurfer nutzen das Internet für den Vergleich von Produkten. Und die Informationsbeschaffung funktioniert selektiv. Unerwünschtes wird weggeklickt.

Die Kundengewinnung funktioniert vorwiegend über den Nutzen

Eine nervige Werbung, wie oft im Fernsehen, schaut sich im Internet niemand an. Das geänderte Nutzerverhalten erfordert eine Anpassung der Marketingmethoden. Das Instrumentarium verlangt nach Strategien zur „intelligenten“ Kundengewinnung. Umfassend informierte Käufer lassen sich nicht mehr argumentationsfrei überzeugen. Kunden und Bewerber verlangen vergleichbare Fakten und keine leeren Wortblasen.

Der Konsumenten-Individualismus führt zum Nutzen-Egoismus

Das beeindruckende Auto war früher erforderlich, um dem Umfeld zu imponieren. Heute imponiert doch viel eher derjenige, der sich der Umwelt zuliebe beschränkt. Selektion ist die erste Erfordernis, um einer Nachfrageorientierung gerecht zu werden. Die Selektion beinhaltet sowohl das Erreichen der Zielgruppe, die es zu gewinnen gilt, als auch das Erkennen dessen, was diese Gruppe benötigt und wie sie Produkte erwirbt. Mit Millionen-Marketingbudgets und dem „berieseln“ der Menschen rund um die Uhr wird dieses Ziel nur noch sehr bedingt und zudem extrem kostenaufwändig erreicht.

Die Kunden bestimmen selbst, welche Werbebotschaften sie interessieren

Mit schönen Filmen und Werbeversprechen lassen sich nur noch wenige überzeugen. Fakten sind verlangt, diese werden mit den Argumenten der Konkurrenz verglichen. Nur wer über die besseren Argumente verfügt, kann Informierte für sich gewinnen. Interessenten sammeln nicht nur Argumente der Hersteller, sie hören auch auf andere. Im Web sind die Erfahrungsberichte vieler in Sekundenschnelle abrufbar. Dies beinhaltet ebenso positive wie negative Nutzererfahrungen sowie die Produkttests von Instituten.

Auch das Verhalten von Bewerbern entspricht dem Kundenverhalten

Bewerber sind häufig auch Kunden. Und Kunden sind ebenso potenzielle Bewerber. Kunden und Bewerber entsprechen für viele Unternehmen einer identischen Gruppe. Wer Ihre Produkte schätzt, ist auch Ihrem Unternehmen gegenüber positiv eingestellt. Manche Unternehmen behandeln ihre Kunden immer erstklassig und ihre Bewerber, na ja. Kunden sind ein rares Gut, das zudem schnell flüchtig sein kann. Sie werden aber Ihre Kunden nur dann zufriedenstellen, wenn Sie über bestqualifizierte Mitarbeiter verfügen, da diese Ihr Unternehmen gegenüber Ihrer Konkurrenz besser voranbringen werden.

Personalmarketing über Communities

XING ist in aller Munde. Die verfügen über 10 Millionen Nutzer - oder gar noch mehr? Allerdings präsentiert XING bereits auch über 10.000 Unternehmensprofile und wie soll da noch der Mittelständler gesehen werden? Welche Bewerber stellen ihre Profile in XING ein und zwar so, dass diese für Headhunter nutzbar sind? Hochqualifizierte haben es im Allgemeinen kaum nötig selbst auf Stellensuche zu gehen. Sie werden auch so gefunden und zwar ohne XING und vergleichbare Netzwerke mehr. Für Headhunter erstellt XING gegen einen überschaubaren Monatsbeitrag Searchlisten. Das Ganze natürlich maschinell und nach den Stichworten, die in den Profilen stehen. XING schadet so indirekt den Unternehmen sehr, da tausende, meist wenig qualifizierte „Headhunter“ auf Basis wenig aussagefähiger Searchlisten Mitarbeiter „abtelefonieren“.

Selektiv die „richtigen“ Zielgruppen erreichen

Marketingmanager müssen umdenken und sie müssen eine hohe Medienkenntnis besitzen. Über welche Medien erreiche ich die Zielgruppe, die ich tatsächlich ansprechen möchte? Über das „Kleckern“ in vielen Medien werden Sie wahrscheinlich nur wenig Erfolg haben. Manche Verantwortliche für das Personalmarketing ihres Unternehmens sind stolz darauf, wenn sie auf möglichst vielen kostenlosen Webseiten ihr Unternehmen darstellen können. „Was nix kostet, ist auch nichts wert.“ So eine Behauptung ist sicherlich wenig zutreffend. Nur, vieles was nichts kostet, besitzt nur wenig Effizienz und erfordert trotzdem Pflege. Der Aufwand für die Pflege einiger Webseiten sind ebenfalls Kosten.

JobTV24, Top-Arbeitgeber und weitere mehr

Als sich die ersten Unternehmen mit „Top-Arbeitgeber“ schmückten, hatte das Gewicht. Wer heute Stellenanzeigen liest stellt fest, dass Top-Arbeitgeber sich inflationär entwickelten. Bei JobTV24 können Interessenten dann Informationen abrufen, wann sie dieses möchten. Über 600 Unternehmen lassen sich bei „JobTV24“ mit ihren Unternehmensfilmen vorstellen. So viele Unternehmen entsprechen bildlich einem Wald. Einzelne Bäume verschwimmen. Wie viele der Minuten dauernden Unternehmensfilme sieht sich wohl ein Besucher an? Das können Sie inklusive Informationsgehalt ermitteln, wenn Sie sich einmal 2-3 ansehen. Bewerber verlangen heute „Argumente“. Sie verhalten sich identisch zu Ihren Kunden. Argumente verlangen mehr als eine kurze Darstellung mit den wichtigsten Kennzahlen. Überzeugende Argumente erfordern Kenntnis darüber, was Ihre Mitarbeiter schätzen. Warum arbeiten sie gerne in Ihrem Unternehmen?

Wenn man nur einen Hammer hat

sieht jedes zu lösende Problem wie ein Nagel aus und verlangt nach diesem Werkzeug. Das ist doch das größte Manko sehr vieler Marketingstrategien und Belegungsplänen, man bedient sich lieber ausschließlich des altbekannten, vertrauten Instrumentariums. Eine Prüfung der Effizienz hat niemals stattgefunden und unterbleibt auch weiterhin. Neues verlangt, Widerstände zu überwinden, man muss sich neu orientieren und lernen.

Die Strategie von Absolventen

Absolventen benötigen einen Arbeitsplatz, auf welchem sie Erfahrungen sammeln können. Sie informieren sich rechtzeitig über potenziell für sie besonders interessante Arbeitgeber und ebenso beschäftigen sie sich damit, wie sie sich am qualifiziertesten bewerben können. An Universitäten und Hochschulen ausgelegtes Informationsmaterial wird wenig beachtet, wenn es nur allgemeine Informationen zum Unternehmen und seinen Produkten beinhaltet. Interessant für Absolventen ist doch, wie bewerbe ich mich, wie werde ich eingearbeitet und wie werde ich nach der Einarbeitung auf meinem weiteren Berufsweg gefördert? Das auf Bondingmessen ausgehändigte Info-Material besteht doch vorwiegend aus teuren Hochglanzbroschüren, die die Unternehmen ansonsten in der Werbung für Produkte oder als allgemeine Imagebroschüren einsetzen. Die beigelegten Firmenprofile wurden zwar für Absolventen konzipiert, beinhalten aber vorwiegend Unternehmenskennzahlen.

Sie sollten Ihr Unternehmen besser positionieren

Hochglanzbroschüren, die zwar viel Geld gekostet haben, aber schnell entsorgt werden, können doch niemals die wirkliche Zielsetzung eines effizienten Personalmarketing sein. Die Frage muss doch lauten: Was würden die Absolventen wirklich dauerhaft behalten? Die Antwort ist leicht. Sie behalten das, was für sie über lange Zeit einen Nutzen darstellt. Ein „Bewerbungs- & Karrierehandbuch“ mit zusätzlich Ihren Inhalten zum Unternehmen, stellt so einen Wert dar.

Für Ihre Karriereseite gelten die gleichen Kriterien

Menschen, die sich für Ihr Unternehmen wirklich interessieren, besuchen Ihre Website. Die wenigsten hiervon bewerben sich direkt. Schön wäre es aber, wenn sie wiederkämen. Auch hier gilt es, ihnen etwas zu bieten, was sich bei den Besuchern dauerhaft „verankert“. Optimal geeignet hierfür ist ein „Bewerbungs- & Karrierehandbuch“ mit nur Ihrer Unternehmenspräsentation.

Exzellente

ARBEITGEBER

Bewerberbroschüren

Bekannte Unternehmen
und Hidden Champions
stellen sich Ihnen vor !

Exzellente Arbeitgeber
für aufstiegsorientierte Menschen

Exzellente Arbeitgeber

Arbeitgeber gibt es viele.
Exzellente Arbeitgeber sind jedoch selten.
Exzellente Arbeitgeber
investieren in ihre
Unternehmenszukunft.
Sie rüsten sich für den kommenden
„War for talents“.
Warum ist das so wichtig für Sie?
Ihre Zukunft wird davon bestimmt,
ob Sie bei einem Unternehmen arbeiten,
das zukunftsorientiert handelt.
Zukunftsorientiert handeln nur
Unternehmen,
die in Forschung und Entwicklung
und - last, not least -
in ihr Personalmarketing investieren,
obwohl sie derzeit vielleicht
nur wenig neue Mitarbeiter benötigen.
Die wichtigste Ressource eines Unternehmens
sind hochqualifizierte Mitarbeiter,
kein Produkt kann ohne diese
entwickelt, produziert und
verkauft werden.
Sie sollten sich für einen

Exzellenten Arbeitgeber

entscheiden.

Zukunftsorientierte Unternehmen
finden Sie in diesem eBook !

Ihr Gerhard-Hermann Koch

Präsentierte Unternehmen

Index Start
Automotive Lighting, Reutlingen
Bahmüller Maschinenbau, Plüderhausen
Bonduelle Deutschland, Reutlingen
Festo AG, Esslingen
Illig Maschinenbau, Heilbronn
Manz AG, Reutlingen
Murrelektronik, Oppenweiler
Ruetz Technologies, München
Schiller Automation, Sonnenalb
SEW-Eurodrive, Bruchsal
Tesat-Spacecom, Backnang
Valeo Wischersysteme, Bietigheim-Bissingen
Kontaktdaten alle Unternehmen

Automotive Lighting Reutlingen

Inhaltsverzeichnis

Der Global Player auf dem Beleuchtungssektor

Weltweit sind die Autohersteller von den Lösungen und der Leistungsfähigkeit des Unternehmens Automotive Lighting überzeugt. Auf dem Gebiet der externen Beleuchtung von Fahrzeugen ist das Unternehmen seinen internationalen Kunden in der Automobilindustrie ein innovativer und zuverlässiger Partner.

Im Jahre 1999 wurde Automotive Lighting als Joint Venture von Magneti Marelli und der Robert Bosch GmbH (K2 Lichttechnik) gegründet. Hierdurch wurde das Know-how zweier führender Unternehmen mit langer Tradition in der Lichttechnik vereint.

Heute ist Automotive Lighting eine 100%ige Tochtergesellschaft der Magneti Marelli-Gruppe. Der Magneti Marelli-Konzern entwickelt und fertigt Systeme, Baugruppen sowie technologisch anspruchsvollste Module für die weltweite Automobilindustrie. Gegründet wurde das Unternehmen als Joint Venture 1919 zwischen Fiat und Ercole Marelli in Italien.

Automotive Lighting erzielt einen Umsatz von € 1,6 Milliarden. Das eigene Beschaffungsvolumen an Rohmaterialien, Waren und Dienstleistungen beträgt etwa € 800 Millionen.

Automotive Lighting arbeitet seit vielen Jahren partnerschaftlich auf dem Gebiet der Lichttechnik mit den großen Marken der Automobilindustrie zusammen. Eine spannende Aufgabe, denn erst moderne Scheinwerfer geben einem Fahrzeug durch seine unverwechselbaren „Augen“ ein unverkennbares Gesicht. Technologischer Fortschritt und Leistungsfähigkeit sowie ein ansprechendes Design zu einem angemessenen Preis sichern unserem Unternehmen seine Position im Markt. Neue Anforderungen bringt auch das bereits in einigen Ländern vorgeschriebene Fahren mit Tageslicht am Tag, um von anderen Verkehrsteilnehmern besser gesehen zu werden.

LEDs in Scheinwerfern, die technische Weiterentwicklung von Xenon- und Halogenscheinwerfern und weitere anspruchsvolle Herausforderungen stellen sich auch zukünftig dem Unternehmen. Auch in Zukunft gilt: Automotive Lighting bietet seinen Kunden qualitativ herausragende, fortschrittliche und preisgerechte Produkte an. Die Einhaltung höchster Qualitätsprinzipien ist für Automotive Lighting und somit für alle im Unternehmen tätigen Mitarbeiter fundamental.

Die Zukunft gehört dem, der am effizientesten „leuchtet“

Mitte der sechziger Jahre fand sie statt, die „Lichtrevolution“, die die Glühlampen durch Halogenscheinwerfer ersetzte. Halogenscheinwerfer zeichnen sich durch eine wesentlich erhöhte Lichtleistung und eine wesentlich verlängerte Lebensdauer aus.

1991 brachte Automotive Lighting als erstes Unternehmen Xenonlicht in die Scheinwerfer. Heute gehört Xenonlicht bereits zum gewohnten Bild im Straßenverkehr. Mit bis zu 200% mehr Licht wurde das Fahren bei Nacht entspannter und sicherer, da die Fahrbahn besser sowie stärker tagesähnlich ausgeleuchtet wird. Xenon-Systeme bieten aber noch bedeutend mehr.

Mit einer automatischen und serienmäßig eingebauten Leuchtweitenregulierung reduziert sich die Blendwirkung für entgegenkommende Fahrzeuge erheblich, wobei hierzu auch die serienmäßig eingebaute Scheinwerferwaschanlage beiträgt. Xenon-

Scheinwerfer produzieren nicht nur doppelt so viel Licht, sie reduzieren ebenso den Stromverbrauch um 1/3 und leben wesentlich länger.

In Rückleuchten gehören heute LEDs schon zum aktuellen Stand der Technik. Mit dem ersten Voll-LED-Scheinwerfer in einem Audi R8 feierte Automotive Lighting erneut eine Weltpremiere. Erstmalig wurden alle Lichtfunktionen in einem Serienscheinwerfer in LED-Technik ausgeführt - also mit Abblendlicht, Fernlicht, Tagfahrlicht, Blinklicht und Positionslicht.

LED-Applikationen gehört in Luxusmodellen die Zukunft, vor allem hinsichtlich Design, Technologie und Energieverbrauch. Hinzu kommen ein deutlich geringerer Stromverbrauch bei einer extrem langen Lebensdauer und annähernd Tageslichtqualität. Dominierend bleibt aber die Halogenlampe, da sie unschlagbar billig ist und deshalb werden die teuren LED-Scheinwerfer noch längerfristig eher ein Nischenprodukt bleiben.

Unsere Mitarbeiter sind unsere Bindeglieder

Nur mit gut ausgebildeten, teamfähigen und motivierten Mitarbeitern können Visionen so umgesetzt werden, dass aus Innovationen qualitativ hochwertige Produkte entstehen, die zuverlässig und leistungsstark und zudem wettbewerbsfähig sind. Unsere Mitarbeiter sind das wichtigste Bindeglied zwischen unseren Kunden, unseren Lieferanten und auch innerhalb unseres weltweit tätigen Unternehmens. Nur durch ein multikulturelles Miteinander erreichen wir unsere Zielsetzung, zu den Besten zu gehören.

Wir wählen deshalb unsere Mitarbeiter sehr sorgfältig aus, denn nur mit den Besten in der Branche kann Automotive Lighting seinen Spitzenplatz dauerhaft behaupten. Kommen Sie zu Automotive Lighting, wenn Sie dabei mitwirken wollen und wenn Sie bereit sind Verantwortung zu übernehmen.

Gestalten Sie weithin leuchtende automobile Trends mit und sichern Sie sich und uns somit eine „leuchtende“ Zukunft. Wir bieten Ihnen Entwicklungsmöglichkeiten und eine interessante Vergütung in einem international agierenden Unternehmen mit rund 12.000 Mitarbeitern.

Reutlingen – das Tor zur Schwäbischen Alb

Reutlingen ist die Kreisstadt des Landkreises Reutlingen. Mit über 110.000 Einwohnern zählt die Stadt bereits zu den Großstädten im Land. Die Stadt liegt in zentraler Lage in Baden-Württemberg. Stuttgart befindet sich annähernd 31 km nördlich und ist über eine Schnellstraße mühelos und schnell erreichbar.

Reutlingen verfügt über ein vielfältiges kulturelles Angebot. Das schulische Angebot beinhaltet alle Schularten. Mehrere Hochschulen befinden sich am Ort. Hierunter auch eine Hochschule für Wirtschaft und Technik, die einen exzellenten Ruf besitzt. Dieses Angebot wird ergänzt durch die ESB Reutlingen mit gelebter Internationalität und einem interdisziplinären, praxisorientierten Studium für angehende Betriebswirte und Wirtschaftsingenieure. Universitäten befinden sich in Stuttgart und Tübingen. Beide Städte sind schnell erreichbar.

Headquarter Automotive Lighting Reutlingen

In Reutlingen befindet sich der Hauptsitz des Unternehmens mit den Entwicklungsabteilungen für Elektronik, Lichttechnik und Innovation. Ferner Zentralabteilungen wie Vertrieb, Einkauf, Qualität und Finanzen. Weltweit verfügt das Unternehmen über Produktionsstätten und Niederlassungen.

Automotive Lighting Reutlingen GmbH
Tübinger Str. 123
D-72762 Reutlingen
+49 7121 35-6000
info[at]al-lighting.com
http://www.al-lighting.com

Bahmüller Maschinenbau

Inhaltsverzeichnis

Das Unternehmen

BAHMÜLLER ist ein Familienunternehmen, das sich seit 60 Jahren in internationalen Märkten außerordentlich erfolgreich engagiert. 1945 gründete der Mechanikermeister Wilhelm Bahmüller das sich im alleinigen Besitz der Gründerfamilie befindliche Unternehmen.

Inhaber und Geschäftsführender Gesellschafter ist heute der Sohn des Unternehmensgründers, Dipl.-Ing. (FH) Hans-Jürgen Bahmüller. Das mittelständisch geprägte Unternehmen produziert in drei Geschäftsbereichen in Deutschland Maschinen, Anlagen und Spannzeuge, die weltweit vertrieben und ebenso durch einen weltweiten Service installiert und gewartet werden.

Für die Verpackungsmittelindustrie werden Maschinen und Anlagen unter der Produktlinie BOXFLOW® Solutions gefertigt. Mit diesen werden Wellpappeverpackungen vollautomatisch gefaltet, geschlossen und abgelegt - und dieses bei hohen Geschwindigkeiten. Innovative Technologien, die einen hohen Workflow auch bei schwersten Wellpappe-Qualitäten und Arbeitsbreiten bis zu 5,5 Meter ermöglichen.

Auch im Bereich Schleifmaschinen gehört BAHMÜLLER in seinem Segment zu den führenden Unternehmen. Die Kompaktsysteme sind umbauflexibel und verfügen über hochdynamische Automatisierungsoptionen. Sie ermöglichen eine hochpräzise Großserienfertigung feinster Präzisionsteile als „turn key solutions“.

Die modularen Systeme der superpräzisen ULTRA-Baureihe mit Linearmotor-Antriebstechnik ermöglichen sowohl die Innen- als auch die Außenbearbeitung. Die Schleifmaschinen passen sich an Produktionsaufgaben flexibel an. Dies wird ermöglicht durch ein variables Layout der Achsen sowie definierbare Varianten mit minimalen Rüstzeiten.

Im Automotivebereich ermöglicht die Submicron-Präzision der ULTRAs die Einhaltung auch zukünftiger Sollgrenzwerte bei den Abgasvorschriften. Als Technologieführer leistet BAHMÜLLER hiermit einen hohen Beitrag zur umweltfreundlichen Mobilität.

Präzision gibt das Tempo vor, bei den Tool-Holding-Systems von BAHMÜLLER. Im Geschäftsbereich Spannzeuge produziert das Unternehmen Bahmüller auch als Erstausrüster rundlaufpräzise Werkzeuge mit hoher Wechselgenauigkeit für zerspanende Werkzeugmaschinen.

BAHMÜLLER setzt international Maßstäbe

Ein professionelles, enges Netz an Vertriebs- und Servicestützpunkten sichert weltweit den Einsatz aller Erzeugnisse aus dem Unternehmen. Nur so ist der Mehrschichtbetrieb mit hochwertigen Maschinen, Anlagen und Spannzeugen gewährleistet. Vertriebs- und Servicestützpunkte befinden sich in Nordamerika und in China.

Schnellste Reaktionsfähigkeit, kompetente Beratung sowie ein Teleservice für die treffsichere Ferndiagnose plus ein weltweiter Express-Ersatzteilservice sind Standard. Technologie und Zuverlässigkeit sind die Grundlage für das Vertrauen, das die Kunden dem Unternehmen entgegenbringen. Dies sind auch die

Voraussetzungen, mit denen das Unternehmen für ein wirtschaftliches Wachstum und somit für die Zukunft bestens gerüstet ist.

Zuverlässigkeit und Menschlichkeit

Schlagworte, die viele Unternehmen für sich in Anspruch nehmen. Bei BAHMÜLLER ist das die im Unternehmen gelebte Wirklichkeit. Zuverlässigkeit und Menschlichkeit gegenüber Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten sind Werte, die im mittelständisch geprägten und geführten Unternehmen einen besonders hohen Stellenwert besitzen.

Alle arbeiten am Erfolg des Unternehmens mit. Ohne wirtschaftlichen Erfolg kann kein Unternehmen dauerhaft bestehen. Dies gilt für Mittelständler wie für Konzerne. Erfolgreich zu sein verlangt aber auch von allen Mitarbeitern ein hohes Maß an Leistungsbereitschaft, an Engagement und an Selbständigkeit. BAHMÜLLER hat ehrgeizige Ziele. Das Unternehmen will zu den Besten gehören und dort, wo das Unternehmen die technologische Marktführerschaft besitzt, diese auch dauerhaft behalten.

Unsere Mitarbeiter

BAHMÜLLER qualifiziert seine Mitarbeiter kontinuierlich, damit diese den hohen fachlichen Erfordernissen, die der rasche technologische Fortschritt mit sich bringt, auch bestens entsprechen können. BAHMÜLLER fördert die Mitarbeiter besonders, die über weiterführendes Potential verfügen. Wir wollen die Fähigsten auf die Positionen bringen, die es diesen ermöglichen für das Unternehmen und für sich selbst herausragend erfolgreich zu sein. BAHMÜLLER verfügt über eine Kantine, die qualitativ hochwertiges Essen anbietet. Eine leistungsgerechte Vergütung sowie Sozialleistungen runden das Wohlfühlpaket für unsere Mitarbeiter ab. Entgelt und Leistung entsprechen sich im Hause BAHMÜLLER.

In Plüderhausen lässt es sich gut leben

Als Kleinzentrum besitzt Plüderhausen eine gut ausgeprägte Infrastruktur. Ansprüche und Bedürfnisse der Einwohner, Gewerbetreibenden und Unternehmen unterschiedlicher Branchen wurden in Plüderhausen „unter einen Hut gebracht“. Der Ort verfügt über ein überdurchschnittliches Einkaufsangebot, welches durch leistungsstarke Einzelhändler sichergestellt wird. Viele kulturelle, sportliche und soziale Einrichtungen sorgen für eine hohe Lebens- und Arbeitsqualität. Ein ausreichendes Wohnangebot gewährleistet ein wohnortnahes Arbeiten. Eine vielseitige Gastronomie und reichhaltiges Veranstaltungsangebot befriedigen die leiblichen und kulturellen Ansprüche.

Im Tischtennis spielt eine Mannschaft aus Plüderhausen sogar in der Bundesliga mit. Grundschulen und eine Realschule befinden sich am Ort. Gymnasien sind in Schorndorf schnell erreichbar, da mit der B 29 eine gute Straßenverbindung sowie eine Schnellzugverbindung besteht. Stuttgart ist in einer halben Stunde mit dem Auto erreichbar; Aalen etwa in einer 3/4 Stunde. Reizvolle Gemeinden - wie Lorch - befinden sich in unmittelbarer Nachbarschaft. „Leben und Arbeiten“ in Plüderhausen, für viele ein Traum, der in Erfüllung ging.

WILHELM BAHMÜLLER
Maschinenbau Präzisionswerkzeuge GmbH
Postfach 280,
73652 Plüderhausen
+49-(0)7181-809-0
info(at)bahmueller.de
http://www.bahmueller.de

Bonduelle Deutschland

Inhaltsverzeichnis

Quand c´est bon, c´est Bonduelle

„Wenn es gut schmeckt, dann ist es Bonduelle“, vom Gemüsespezialisten - weltweit. Gegründet vor 150 Jahren steht die Marke Bonduelle bei Millionen von Verbrauchern für Natürlichkeit und Genuss und genießt weltweit allerhöchstes Vertrauen.

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Villeneuve d´Ascq ist mit 6.000 Mitarbeitern und 21 Vertriebsgesellschaften in 21 europäischen Ländern sowie Nord- und Südamerika präsent. Die Unternehmensgruppe Bonduelle produziert weltweit in 26 Produktionsstätten.

Als börsennotiertes Familienunternehmen wird es von Christophe Bonduelle geleitet. Unter der weltberühmten Marke Bonduelle werden Produkte in den vier Technologien Konserve, Tiefkühl, Frische und Feinkost in höchster Qualität produziert und angeboten. In Spanien besitzt das Unternehmen zusätzlich die Marken Cassegrain und Frudesa. Beliefert werden Kunden im Lebensmitteleinzelhandel, in der Gastronomie und Industriekunden. Bonduelle ist spezialisiert auf ein einziges Produkt: Gemüse !

Bonduelle, der Gemüsespezialist

Die Qualität und Produktsicherheit stehen für die europäische Nummer 1 beim verarbeiteten Gemüse an oberster Stelle. Bonduelle macht Gemüse in all seiner Vielfalt für jedermann zugängig - und dies bei vielen Gemüsensorten auch ganzjährig. Die Rohware stammt bei Bonduelle aus kontrolliertem Vertragsanbau und wird so verarbeitet, dass optimale Konsistenz und Vitaminerhalt immer gewährleistet sind. Hierfür steht auch die Wahl der Darreichung mit Dose, Glas, Tiefkühl oder Frische.

Nur die allerbesten Anbaugebiete

Das Beste für alle angebotenen Produkte - das ist die Maxime des Unternehmens. Dies zu gewährleisten erfordert höchste Sorgfalt im Anbau von empfindlichem Gemüse und Salat, denn der wird durch das Wetter begünstigt oder beeinträchtigt. Eine knifflige Aufgabe, die zudem voraussetzt, dass die Strecken zwischen den Rohwaren-Anbauflächen zu den verarbeitenden Bonduelle-Werken kurz sind. Denn nur so kann die Frische erzielt werden, die Bonduelle-Produkte auszeichnen. Salat darf darüber hinaus nur in einer geschlossen Kühlkette transportiert werden. Nicht jedes Gemüse oder jede Salatsorte lässt sich auf jeder Anbaufläche erzeugen. Die Felder müssen optimal den spezifischen Bedürfnissen der Sorten entsprechen. Mit Fruchtwechselwirtschaft ist das Gleichgewicht der Böden dauerhaft zu erhalten. Optimale Frische lässt sich nur so produzieren und damit von Bonduelle garantieren. Hohe Sorgfalt bei der Auswahl der Flächen und der anbauenden Landwirte ist das eine, die Kontrolle gemeinsam mit den exklusiv für Bonduelle tätigen Landwirten das andere. Aussaat, Düngung, Bewässerung und Ernte - nur so entstehen die allerbesten Rohstoffe. Bonduelle-Qualität steht zudem für Produkte, die frei von Gentechnik angebaut wurden.

Bonduelle Produkte werden nach externen, internationalen Standards zertifiziert und ständig ausführlichen Qualitätskontrollen in eigenen Laboratorien unterzogen. Besonders strenge Standards gelten im Unternehmen für die Salatverarbeitung. Dies beinhaltet auch Hygienevorschriften vom Anbau über alle Produktionsschritte.

Bonduelle bietet noch viel mehr

Zum Beispiel ein Gemüse- und Salatlexikon, in welchem alle Produkte detailliert mit Anbau, der Saison, ihrer Verwendung und Inhaltsstoffen beschrieben sind. Die Bonduelle-Rezepte mit Zutaten, Zubereitung und Nährwerten führen nicht nur zu sehr schmackhaften Ergebnissen, sie informieren auch über den erzielten Nährwert und die notwendige Zubereitungszeit und sie sind sehr schön gestaltet. Schon bei den Kindern genießt die unter einem grünen Blätterdach von einer Sonne umrandete Marke Bonduelle allerhöchstes Vertrauen und steht für beste Qualität. Für die Kleinsten veranstaltet Bonduelle zudem einen spannenden Malwettbewerb.

Informativ und zudem sehr nützlich sind natürlich die von Bonduelle veröffentlichten Nährwertlisten, die aussagefähigen Informationen für Diabetiker sowie Allergiker. Karriere, bei Bonduelle Reutlingen Die deutsche Tochter der französischen Bonduelle-Gruppe produziert an zwei Standorten Freshcut Salate für den Lebensmitteleinzelhandel sowie Großverbraucher. Als Marktführer in Deutschland vertreibt sie darüber hinaus Gemüsekonserven und Tiefkühlprodukte in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Auch für Bonduelle in Deutschland gilt:

die Marktführerschaft setzt zunächst motivierte Mitarbeiter voraus, die über eine ausgezeichnete Qualifikation verfügen. Die Erfahrung, der Einsatz und hohe Leistungsbereitschaft unserer 420 Mitarbeiter, haben Bonduelle zu der beliebtesten Marke im angebotenen Segment gemacht. Beste Produkte benötigen beste Mitarbeiter.

Reutlingen – das Tor zur Schwäbischen Alb

Die Stadt Reutlingen ist die Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises Reutlingen. Mit über 110.000 Einwohnern zählt die Stadt bereits zu den Großstädten im Land. Die Stadt liegt in zentraler Lage in Baden-Württemberg. Stuttgart befindet sich ca. 31 km nördlich und ist über eine Schnellstraße mühelos und schnell erreichbar.

Reutlingen verfügt über ein außerordentlich vielfältiges kulturelles Angebot. Von Grundschulen ist zu Gymnasien sind in Reutlingen alle Schularten vorhanden. Mehrere Hochschulen befinden sich am Ort. Hierunter auch eine Hochschule für Wirtschaft und Technik, die nicht nur in Deutschland einen exzellenten Ruf besitzt.

Dieses Angebot wird ergänzt durch die ESB Reutlingen mit gelebter Internationalität und einem interdisziplinären, praxisorientierten Studium für angehende Betriebswirte und Wirtschaftsingenieure. Universitäten befinden sich in Stuttgart und Tübingen.

Bonduelle Deutschland GmbH
Am Heilbrunnen 136/138
D-72766 Reutlingen
+49-7121-1494-0
http://www.bonduelle.de/

Festo AG

Inhaltsverzeichnis

Festo - der Technologieführer weltweit

Die Festo AG ist weltweit führend in der Automatisierungstechnik und Weltmarktführer in der technischen Aus- und Weiterbildung. Das Ziel: maximale Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit ihrer Kunden in der Fabrik- und Prozessautomatisierung. Wertschöpfung nach Wahl. Produkte und Services von Festo reduzieren Taktzeiten und die Lebenszykluskosten von Anlagen. Sie sichern höchste Prozesssicherheit und gewährleisten die umfassende Qualitätssicherung.

Als Global Player betreut Festo 300.000 Kunden weltweit. Dies erfordert höchst motivierte und sehr qualifizierte Mitarbeiter. 1,5% des Umsatzes - € 1,65 Mrd. in 2007 - investiert Festo jährlich in die Aus- und Weiterbildung. Wissen und Können, nur so entstehen Innovationen in allen Unternehmensbereichen.

Innovationen in der Industrie- und Prozessautomatisierung, vom Einzelprodukt bis zur einbaufertigen Lösung - Festo unterstützt umfassend den Geschäftserfolg seiner Kunden. Kontinuität ist ein wesentlicher Bestandteil der Strategie. Hierfür steht nicht nur das unabhängige Familienunternehmen, sondern auch ein ausgewogenes Portfolio aus Innovationen, bewährten Produkten und Services.

Festo steht für nachhaltiges Wirtschaften und für die langfristige Wertsteigerung seiner Kunden, des eigenen Unternehmens, seiner rund 12.800 Mitarbeiter und seiner Partner.

Als weltoffenes Unternehmen respektiert Festo die kulturelle Identität anderer Länder und engagiert sich sowohl wirtschaftlich als auch gesellschaftlich - lokal und global und dies nicht nur in 56 eigenständigen Landesgesellschaften und insgesamt 250 Standorten.

Zum Konzern gehören die Festo AG & Co. KG mit dem Stammsitz in Esslingen am Neckar, die Festo Didactic GmbH & Co. KG mit über 35-jähriger Erfahrung in Lösungen, die den Lernerfolg im gesamten Spektrum der Fertigungs- und Prozessautomation steigern, die Beck IPC GmbH mit Produkten und Services in der industriellen Steuerungstechnik und Kommunikation sowie die Festo Microtechnology AG als Kompetenzzentrum für Mikrosystemtechnik in Entwicklung und Montage von miniaturisierten, technisch komplexen Komponenten und Systemen für die Automatisierungstechnik.

Wer gut sein will, muss immer besser werden

Als weltweit führender Anbieter pneumatischer und elektrischer Automatisierungstechnik bietet Festo für jede Anforderung die passende Lösung. Rund 30.000 Katalogprodukte werden durch kundenspezische Lösungen ergänzt. Einbaufertige Automatisierungssysteme plus Support und Services, das machte Festo weltweit zu einem überzeugenden Partner in der Fabrik- und Prozessautomatisierung.

60 Jahre Kompetenz in der Fabrikautomatisierung und ein umfassendes Know-how in der Prozessautomatisierung sichern Festo seinen weltweiten technologischen Vorsprung. Automatisierungskonzepte für Erzeugung, Transport, Behandlung und Entsorgung von Gasen, Fluiden, pastosen Stoffen oder Schüttgütern für unterschiedlichste Produkte und Umgebungseinflüsse, Festo hat oder entwickelt die optimale Lösung. Globale Märkte stellen unterschiedlichste Anforderungen und erfordern eigenständige Lösungen. 200 Branchen in der Fabrik- und

Prozessautomatisierung zu synchronisieren - das schaffen nur die Experten von Festo.

Festo wächst - wollen Sie mit Festo wachsen?

Mehrere unterschiedliche Einstiegswege stehen Ihnen offen. Berufliche Perspektiven ergeben sich aus jedem, denn Festo arbeitet Sie qualifiziert ein und fördert jeden Mitarbeiter entsprechend seiner Eignung und Neigung gezielt weiter. Bei Festo steht traditionell der Mensch im Mittelpunkt. Innovative Produkte und Leistungen erfordern Mitarbeiter, die dem entsprechen. Der Kompetenz und Motivation aller Mitarbeiter verdankt Festo seine Spitzenstellung als erfolgreicher Global Player.

Festo bietet Ihnen die Voraussetzung für Ihr erfolgreiches Engagement. Moderne Arbeitsplätze, flache Hierarchien, exzellente Arbeitsmittel und natürlich ein positives Miteinander, eine Arbeitsatmosphäre, die Leistung aller Mitarbeiter fördert und nicht behindert. Flexible Arbeitszeiten und moderne Arbeitsplätze sind bei Festo Standard. Betriebssportgruppen betreiben Fußball, Lauftreff, Leichtathletik, Radsport und anderes mehr.

Es gibt eine betriebliche Gesundheitsförderung und selbst Angebote zur Work-Life-Balance, um Beruf und Familie optimal zu vereinbaren. In der Festo Academy, der Virtual Academy und dem Festo Lernzentrum erwerben Sie Produktwissen, Sprachen und Arbeitstechniken.

Grundsätzlich besteht die Chance, auch im Ausland für Festo tätig zu werden. Innovationen entstehen in den Köpfen unserer Mitarbeiter und unsere Mitarbeiter werden im Lernunternehmen Festo geachtet und gefördert.

Esslingen am Neckar, die Große Kreisstadt

Esslingen mit seinen knapp 100.000 Einwohnern liegt 14 Kilometer ostsüdöstlich von der Stadtmitte Stuttgarts am Neckar. Esslingen reicht im Osten in die Höhe des Schurwaldes, im Süden reichen die Ausläufer bis zur Filderebene. Landschaftlich bietet Esslingen für Naturliebhaber alles, was diese sich nur wünschen können. Esslingen verfügt über alle Schularten sowie eine Fachhochschule, die weit über die Grenzen Esslingens hinaus einen exzellenten Ruf besitzt.

Mit der Fakultät Graduate School werden englischsprachige Aufbaustudiengänge zum Master of Business Administration und Master auf Science angeboten. 2006 wurden die Hochschule für Technik sowie die Hochschule für Sozialwesen zur Hochschule Esslingen zusammengelegt. In 7 Fakultäten werden 20 Bachelor-Studiengänge und 10 Masterstudiengänge angeboten. Die Technische Akademie Esslingen bietet jährlich 1.200 Lehrgänge aus allen technischen und nicht-technischen Bereichen der Technik und Wirtschaft. 5.000 Dozenten stehen für eine praxis- und zielgruppenorientierte Weiterbildung zur Verfügung. Das kulturelle Angebot ist vielfältig und wird von mehreren Kulturvereinen gepflegt.

Es gibt ein Stadtmuseum mit Themen des frühen Mittelalters bis in die Gegenwart sowie ein Museum für Mittelalterliche Ausgrabungen und ein Schulmuseum. Es gibt ein Schauspielhaus, ein Kindertheater sowie eine Studiobühne als Forum für Gegenwartsdramatik. Weitere Angebote wie Matineen und Gespräche runden das Angebot ab. Selbst ein Kabarett für Galgenstricke ist vorhanden. In der Stadtbücherei finden sich Bücher, Zeitungen und Zeitschriften sowie neue Medien. Die Esslinger Musikszene bietet Klassik sowie auch moderne Musik. Neben internationalen Künstlern stehen auch regionale Musiker auf dem Programm.

Wohnraum findet sich in Esslingen und seiner wunderschönen Umgebung für alle Ansprüche und auf jeden Fall genügend. Stuttgart und München sind über die

Autobahn zügig erreichbar. Mit der Bundesstraße 10 erreicht man direkt die Stadtmitte Stuttgarts mit Hochschulen und Universitäten sowie allen denkbaren kulturellen Möglichkeiten. Ebenfalls gut erreichbar ist die nahegelegene Universitätsstadt Tübingen.

Festo AG & Co. KG
Ruiter Straße 82
D-73734 Esslingen
+49 (0) 711 / 347 - 0
http://www.festo.com/

Illig Maschinenbau

Inhaltsverzeichnis

Das Unternehmen

Die ILLIG Maschinenbau GmbH & Co. KG zählt zu den führenden Anbietern von Maschinen und Werkzeugen für die Thermoformung und Verpackungstechnik. Bei der Firmengründung im Jahre 1946 und dem Bau der ersten Vakuumformmaschine im Jahre 1956 war nicht erkennbar, dass die Verformung von thermoplastischen Kunststoffen in nahezu allen Industriezweigen Verwendung finden wird. Orientiert an den Kundenwünschen entstehen technisch anspruchsvolle und wirtschaftliche Produktionssysteme, die zu 70% außerhalb Deutschlands zum Einsatz kommen.

Die konsequente Anwendung der Thermoformung und die Erweiterung ihrer Einsatzbereiche stehen bei allen Entwicklungen im Vordergrund. Aufbau und Pflege langfristiger Kundenbeziehungen durch eine zukunftsorientierte und berechenbare Firmenpolitik bestimmen das Handeln der ersten und zweiten Familiengeneration und sichern die Arbeitsplätze erfahrener Mitarbeiter. Bewahrung traditioneller Strukturen und eine weitsichtige Anpassung an Veränderungen bilden, im Interesse von Kunden und Mitarbeitern, die Grundlage für eine kontinuierliche Weiterentwicklung des Unternehmens.

Der Name ILLIG steht für bahnbrechende Erfindungen, Innovationen und Patente. Durch intensive Grundlagenforschung auf dem Gebiet der Thermoformung sowie die enge Zusammenarbeit mit Kunden entwickelten sich aus manuell beschickten Maschinen zukunftsorientierte und zudem äußerst wirtschaftlich arbeitende Hochleistungsanlagen, die erst den qualitativ hochwertigen industriellen Einsatz ermöglichten.

Hochleistungsanlagen verlangen Service und die jahrelange Sicherstellung mit Ersatzteilen. Mit geschultem Servicepersonal gewährleistet ILLIG die jahrzehntelange, reibungslose Nutzung der Produktionssysteme. Weltweit kommen heute ILLIG-Anlagen zum Einsatz. Weltweit werden somit auch Kunden und deren Mitarbeiter geschult. Permanenter technologischer Fortschritt und eine exzellente Kundenbetreuung sind herausragende Merkmale des Unternehmens.

ILLIG - die Spezialisten für Thermoformen

Mit den ILLIG-Thermoformmaschinen sind zukunftsorientierte Fertigungsverfahren in der Vakuum-Tiefziehtechnik realisierbar. Mit Einzelplatzmaschinen oder vollautomatischen Lösungen werden Rollen- oder Plattenmaterial verarbeitet. Mit den Rollenautomaten kann im Höchstleistungsbereich geformt und in einem weiteren Arbeitsschritt gestanzt werden. Hierbei lassen sich alle thermoformbaren Materialien auf ILLIG-Maschinen problemlos verarbeiten.

Mit Skin- und Blisterpackmaschinen werden hochwertige Markenprodukte auf ILLIG-Maschinen repräsentativ verpackt. Hierbei können unterschiedlichste Formflächen realisiert werden.

Mit Form-, Füll- und Verschließanlagen werden Lebensmittel wie Molkereiprodukte und technische Produkte sowohl hochwertig verpackt als auch soweit erforderlich, sterilisiert.

Ausbildung bei ILLIG

ILLIG wurde zum Ausbildungsbetrieb des Jahres 2000 und mit dem IG Metall Preis für hohe Qualität und Ausbildungsquote ausgezeichnet. Zweimal in Folge wurde der Maybach- Preis an Auszubildende des Hauses ILLIG verliehen.

Studieren bei ILLIG

Zukünftige Nachwuchskräfte werden bei ILLIG gezielt gefördert. Hierzu bietet ILLIG ein kooperatives Studienmodell in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Heilbronn und der IHK Heilbronn. Sie erreichen eine technische Berufsausbildung und ein abgeschlossenes Hochschulstudium als Bachelor of Engineering. In Zusammenarbeit mit der Berufsakademie Mosbach bilden wir Sie zum/r Diplomingenieur/in (BA) in der Fachrichtung Maschinenbau aus.

Praktika bei ILLIG

Grundpraktika, 1. und 2. Praxissemester für technische Studiengänge an Fachhochschulen.

Das Käthchen von Heilbronn

Ist sicher nicht das Bedeutendste was Heilbronn zu bieten hat, aber hiermit machte der Dichter Heinrich von Kleist (1777 - 1811) die Stadt weltweit bekannt. Heilbronn liegt im Weinanbaugebiet, das spricht für ein mildes, sonniges Klima und in einem solchen fühlen sich ja bekanntlich nicht nur die Weinreben wohl.

Eine sehr zentral gelegene Einkaufsstadt mit Autobahnanschluss zu den Großstädten Stuttgart und Karlsruhe. Fast überall hin kommt man aus Heilbronn sehr schnell. Aber auch Heilbronn selbst bietet vielfach den Flair einer großen Stadt. Mal extravagant, exklusiv, dann wieder urig und heimelig. Hier findet jeder den von ihm bevorzugten Stil zum Wohlfühlen. In der Umgebung kann man sehr naturnah wunderschön wohnen. Aber auch wer in der Stadt selbst wohnen möchte, findet genügend attraktiven Wohnraum zu akzeptablen Preisen. Kulturell und schulisch bietet Heilbronn alle Möglichkeiten.

ILLIG Maschinenbau GmbH & Co. KG
Robert-Bosch-Strasse 10
D-74081 Heilbronn
07131/ 505-0
info(at)illig.de
http://www.illig.de/

Manz AG

Inhaltsverzeichnis

Systemlösungen in der Automation

Mit den Basistechnologien Robotertechnik, Bildverarbeitung, Laser- und Steuerungstechnik ist die Manz AG heute in vielen industriellen Anwendungsbereichen führend. Umfassende eigene Kompetenzen sowie ein Stamm von bereits langjährig erfahrenen Mitarbeitern sind beste Voraussetzungen, um einer der weltweit führenden Anbieter von Systemlösungen zu sein.

Mit unserem Know-how in Automation, Qualitätssicherung und Laserprozesstechnik setzen wir Maßstäbe in Photovoltaik, der LCD-Industrie, der Hartmetallfertigung und in der Laborautomation. Innovationen, die zu einer nachhaltigen Kundenzufriedenheit führen. Gemeinsam mit unseren Kunden entwickeln wir branchenspezifische Automationslösungen. Hierbei ist die Manz AG weltweit tätig.

Mit unserem breiten Basiswissen und technologischem Know-how konzentrieren wir uns auf Branchen mit Zukunft und Anwendungen mit hohem Potential. Verlässlichkeit, das bescheinigen uns unsere zufriedenen Kunden. Neben unseren kompletten Automatisierungssystemen vertreiben wir innovative Komponenten, die wir auch selbst in unseren Lösungen einsetzen, weltweit an unsere Kunden. Innovationen sind für uns das Normale und nicht nur der Ausnahmefall in Sternstunden.

Deshalb sind auch mehr als die Hälfte unserer über 1.700 Mitarbeiter Ingenieure oder Techniker. 70% unserer Systemlösungen exportieren wir nach Europa, USA und Asien. Manz-Systeme handhaben und montieren Kleinteile, finden Anwendung in der Reinraumautomation, in der Prozessautomatisierung und in der besonders anspruchsvollen Laborautomation.

Manz-Komponenten finden sich in Robotern, in PC-Steuerungen, als Antriebsverstärker, in der Bildverarbeitung und HMI sowie in Greifern und Feeder. Unsere Kunden produzieren Solar-Zellen, Dünnschicht-Solarmodule, LCD-Flachbildschirme und Hartmetallwerkzeuge in der Keramischen Industrie, dem Maschinenbau und Life Science. Unsere Aufgaben sind vielseitig, erfordern geistige Beweglichkeit und verlangen Zuverlässigkeit. Dies sind die Anforderungen, die wir auch an unsere Mitarbeiter stellen.

Manz - der Technologieanbieter

Gemessen an den Marktanteilen ist Manz mit seinen Tochtergesellschaften weltweit einer der führenden Technologieanbieter von Systemen und Komponenten in den Bereichen Automatisierung, Qualitätssicherung sowie Laserprozesstechnik für die Photovoltaik-Industrie sowie in den Bereichen Automatisierung und Nasschemie für die LCD-Industrie. Manz ist ein noch junges Unternehmen, das seit seiner Gründung im Jahre 1987 stets profitabel gewachsen ist.

Internationale Kunden und Präsenz

Internationalität, das ist die Voraussetzung für eine effiziente Projektabwicklung vor Ort. Schnell installieren und kompetenten Service anbieten kann besonders der, welcher über weltweite Standorte verfügt. Deutschland, USA, Taiwan, Südkorea, China, Indien und Ungarn, dort sind unsere heutigen Standorte. So international wie unser Unternehmen agiert, arbeiten auch unsere Mitarbeiter. Unsere

hochqualifizierten Spezialisten installieren wenn erforderlich und bieten weltweit umfassende Serviceleistungen vor Ort an.

step by step - one step ahead

Selbst erfolgreich in einem äußerst erfolgreichen Unternehmen zu sein, das ist die Perspektive, die wir Ihnen bieten können. Eigenverantwortliches Handeln in technologisch anspruchsvollen Aufgabenstellungen, wenn das Ihr Wunsch ist, bei Manz können Sie ihn verwirklichen. Wir suchen Mitarbeiter, die mitdenken, die sich engagieren und die Freude daran haben in einem dynamischen Umfeld mitgestalten zu dürfen. Wie gesagt, step by step - one step ahead, das könnte auch Ihre Maxime werden!

Innovationen bei Manz

Das sind die Innovationen, die unsere Mitarbeiter schaffen. Innovationen erfordern nicht nur Geistesblitze, sie verlangen ebenso nach Können und Beharrlichkeit. Ihr Können fördern wir durch gezielte Maßnahmen im Bereich Ihrer persönlichen Weiterbildung. Hiermit schaffen wir für Sie die Voraussetzungen, die es Ihnen ermöglichen, für sich und Manz äußerst erfolgreich zu sein. Manz benötigt engagierte Mitarbeiter. Werden Sie einer von uns. Wir bieten Ihnen die Chance hierzu.

Reutlingen – das Tor zur Schwäbischen Alb

Reutlingen ist die Kreisstadt des Landkreises Reutlingen. Mit über 110.000 Einwohnern zählt die Stadt bereits zu den Großstädten im Land. Die Stadt liegt in zentraler Lage in Baden-Württemberg. Stuttgart befindet sich annähernd 31 km nördlich und ist über eine Schnellstraße mühelos und schnell erreichbar.

Reutlingen verfügt über ein vielfältiges kulturelles Angebot. Das schulische Angebot beinhaltet alle Schularten. Mehrere Hochschulen befinden sich am Ort. Hierunter auch eine Hochschule für Wirtschaft und Technik, die einen exzellenten Ruf besitzt. Dieses Angebot wird ergänzt durch die ESB Reutlingen mit gelebter Internationalität und einem interdisziplinären, praxisorientierten Studium für angehende Betriebswirte und Wirtschaftsingenieure. Universitäten befinden sich in Stuttgart und Tübingen. Beide Städte sind schnell erreichbar.

Manz AG
Steigäckerstraße 5
D-72768 Reutlingen
+49 (0) 7121 9000-0
info(at)manz.com
http://www.manz.com/de/

Murrelektronik

Inhaltsverzeichnis

STAY CONNECTED – das ist unsere Verpflichtung

Murrelektronik ist ein führendes Unternehmen in der Maschinen- und Anlagenausrüstung vom Schaltschrank über die Schnittstellen bis ins Feld. Murrelektronik schafft bleibende Verbindungen – in technischer Hinsicht und ebenso durch eine besondere Nähe und Verbundenheit zu seinen Kunden. Unsere 1.300 Mitarbeiter fühlen sich der Philosophie unseres Unternehmens im Sinne „stay connected“ verpflichtet. Sie sind immer für Sie, Ihre Fragen, Ihre Anregungen und Wünsche erreichbar – weltweit!

Murrelektronik produziert an fünf Standorten in Oppenweiler (Stammhaus), in Stollberg (Erzgebirge), in Stod (Tschechien) in Lathi (Finnland) sowie in Shanghai (China). Mit 40 Vertriebsgesellschaften ist das Unternehmen weltweit vertreten und kann so auf die künftigen Erfordernisse des Marktes früh reagieren.

Die hochmoderne Fertigung für Feldbussystems und Schnittstellenbausteine ist in Oppenweiler angesiedelt. Ebenso die Produktion von Flachbaugruppen in THT- und SMD-Technologie. Die Steckverbinder für den Einsatz in Schaltschränken und Anlagen werden in Stollberg gefertigt. In der hochmodern ausgestatteten Fertigung in Stod werden Entstörmodule und Bausteine für die Steuertechnik und Verteilersysteme hergestellt.

Im Bereich Entstörmodule ist die Murrelektronik Marktführer. In Shanghai liegt der Schwerpunkt der Produktion auf Steckverbindern und Netzgeräten und im finnischen Lathi werden vorrangig Primärschaltregler produziert.

Ein systematisches und nachhaltiges Qualitätsmanagement nützt unseren Kunden und somit dem Unternehmen selbst. Mit optimierten Prozessen, herausragenden Produkten und einem erstklassigen Service trägt die Murrelektronik zum Erfolg ihrer Kunden mit bei. Die Prüfaktivitäten wurden in einem eigenen Prüfzentrum zusammengefasst, um durch zahlreiche Tests sicherzustellen, dass gesetzliche Anforderungen und die eigenen Qualitätsstandards eingehalten werden. Dies gilt insbesondere auch für die Produktsicherheit, da hier selbst bei Defekten keine Gefahr für die Benutzer ausgehen darf.

Innovationen im Mittelstand

Die Wirtschaftuniversität Wien kürte die Murrelektronik in einem harten Auswahlverfahren zu einem der 100 innovativsten Mittelstandsunternehmen in Deutschland. Der frühere Baden-Württembergische Ministerpräsident Lothar Späth verlieh dem Unternehmen das renommierte Gütesiegel.

Top 100 Innovation

Das entscheidendste Kriterium für die Aufnahme in diesen Kreis war sowohl das Innovationen fördernde Klima im Unternehmen als auch die intensive Kommunikation, die die Entwicklung von Neuerungen vorantreibt. In einem Innovationzirkel treffen sich die Leiter aller Abteilungen einmal im Quartal, um Ideen zu entwickeln, die den Neuerungsprozess voranbringen. Im operativen Alltag werden sie hierbei durch die Software „Innoman“ in der Abwicklung von Projekten unterstützt. Sie hilft den Mitarbeitern auch, Projekte zielstrebig voranzutreiben und diese optimal zu koordinieren.

Motivierte Mitarbeiter, der Schlüssel zum Erfolg

Hochgesteckte Ziele lassen sich nur mit motivierten und engagierten Mitarbeitern erreichen. Eine ebenso enge Bindung wie zu den Kunden strebt Murrelektronik auch zu seinen Mitarbeitern an. Dies ist auch im Unternehmensleitbild des Unternehmens verankert. Das positive Miteinander drückt sich vielseitig im betrieblichen Alltag aus. Die Mitarbeiter nehmen an allen Prozessen des Unternehmens aktiv teil, auch in der Entscheidungsfindung - und sie werden durch eine Mitarbeiterzeitung umfassend informiert. Selbstverständlich sorgt Murrelektronik auch für ihre Zukunft durch eine betriebliche Altersversorgung vor.

Wer „schafft“ soll auch Feiern. Auch das kommt nicht zu kurz, dafür sorgen Betriebsfeiern und der jährlich stattfindende Neujahrsempfang. Auch ehrenamtliche Aktivitäten im Bereich der Ausbildung werden durch das Unternehmen gefördert. Dies sind beispielsweise regionale Nachwuchsprogramme sowie die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit regionalen Schulen und Institutionen. Natürlich unterstützt das Unternehmen neben einem örtlichen Verein auch ein bedeutendes Kinderhilfsprojekt in Brasilien.

Ihr Start in eine erfolgreiche Zukunft

Murrelektronik benötigt Menschen wie Sie, mit Ideen und Tatkraft und dem Wunsch nach Freiräumen, um sich für sich und das Unternehmen entfalten zu können. Teamarbeit, flache Hierarchien, interessante Aufgaben und Raum zur Entwicklung bieten wir Ihnen – wenn Sie solches suchen, freuen wir uns auf Sie!

Oppenweiler, eine Idylle im Murrtal

Oppenweiler bietet seinen über 4.000 Einwohnern attraktive Arbeitsplätze in einer gesunden mittelständischen Industrie vorwiegend in der Elektronik, in Zulieferunternehmen für die Automobilindustrie und im Maschinenbau. Verkehrstechnisch ist das idyllische Murrtal verkehrsgünstig angebunden durch die Bahnlinie Stuttgart – Nürnberg sowie die B 14 nahe der Autobahn Heilbronn – Stuttgart. Nach Stuttgart sind es nur 34 km auf der B 14. Die Stadt Backnang ist in Minuten erreichbar.

Die Gemeinde verfügt über eine ausgezeichnete Infrastruktur mit Schulen, Kindergärten und modern ausgebauten Sportstätten. Auch für die Kultur ist ebenso bestens gesorgt wie für Einkaufsmöglichkeiten für den täglichen Bedarf. Rund- und Radwanderwege sorgen für Entspannung in der waldreichen Umgebung. Am Ort gibt es zudem ein beheiztes Mineralfreibad, Minigolf sowie eine Squash- und Tennishalle.

Murrelektronik GmbH
Falkenstraße 3
D-71570 Oppenweiler
Postfach 1165
+49 (71 91) 47-0
info(at)murrelektronik.com
http://www.murrelektronik.com/de/home.html

Ruetz Technologies

Inhaltsverzeichnis

INNOVATION und KOMPETENZ

Spitzentechnologien zeichnen unsere Kunden wie Audi, BMW, Daimler, Porsche, VW, Bosch, Siemens, Valeo, Webasto und weitere marktführende Unternehmen aus.

Wir von RUETZ TECHNOLOGIES haben uns verpflichtet, für unsere Kunden immer die besten Lösungen zu finden. Als spezialisierter Engineering Partner haben wir über 30 Jahre Erfahrung in der innovativen Umsetzung technischer Problemstellungen.

RUETZ TECHNOLOGIES macht aus visionären Ideen serienreife Produkte

Als Entwicklungspartner beherrschen wir alle Stufen, die eine Innovation bis zur Marktreife durchläuft. Durch die Synergie aus Know-how, Erfahrung und Motivation sichern wir die Zufriedenheit unserer Kunden und tragen zum gemeinsamen wirtschaftlichen Erfolg bei.

RUETZ TECHNOLOGIES ist spezialisiert auf lichttechnische Entwicklungen für Automotive, Schiffbau, Consumer Products und Medizintechnik.

RUETZ TECHNOLOGIES konzipiert als Entwicklungspartner für seine Kunden Ausleuchtungs- bzw. Beleuchtungsszenarien, wählt Leuchtmittel aus, berechnet die optischen Systeme und sorgt für eine energiesparende Ansteuerelektronik.

RUETZ TECHNOLOGIES entwickelt und integriert Infotainmentlösungen im Fahrzeug. Komponenten wie Radio, Telefon, Navigation, Internet Mediaplayer, Klima und andere mehr müssen integriert und untereinander kompatibel sein. RUETZ TECHNOLOGIES bietet von der vollständigen Entwicklung eines einzelnen Steuergerätes bis zur Netzwerkintegration die entsprechende Entwicklungsdienstleistung an.

Die elektronischen Systemverbunde werden stetig komplexer. Die Testverfahren für unsere Kunden im High-Tech-Bereich werden deshalb kontinuierlich ebenfalls stetig aufwändiger. Unsere durchgehende Teststrategie wird somit für unsere Kunden immer bedeutsamer.

RUETZ TECHNOLOGIES ist darauf spezialisiert, alle erforderlichen Prozesse kompetent zu unterstützen. RUETZ entwickelt Teststrategien für Tests in Einzelkomponenten und in komplexen Systemverbunden. Für allgemeine und individuelle Tests stellt RUETZ Testtools bereit.

Dienstleistungen und Testsysteme im Bereich Elektronik bietet RUETZ sowohl außerhalb des Anwendungsbereiches als auch innerhalb des Systems während des Betriebes. Die Funktionen von Steuergeräten werden ergonomisch und mobil im Systemverbund überprüft. Als Entwicklungspartner bietet RUETZ alle Stufen der Innovation bis zur Marktreife.

LÖSUNGEN und VERANTWORTUNG

Ausgetretene Pfade verlassen. Neue technologische Wege zu gehen erfordert Mitarbeiter, die innovativ sind und sich gleichzeitig außergewöhnlich engagieren. Unsere Mitarbeiter finden in unserem mittelständischen Unternehmen viele Möglichkeiten sich zu qualifizieren. Eine hohe Eigenverantwortung setzt auch eine entsprechende Arbeitsumgebung voraus und die bieten wir Ihnen im hohen Maße

durch ein kollegiales Miteinander, kurze Entscheidungswege und ein Betriebsklima, in dem man sich wohlfühlt.

Soziale Kompetenzen sind uns wichtig, damit Sie in unser Team mit 150 Kollegen/Kolleginnen passen. Auslandserfahrung ist hilfreich. Gebrauchsfähige englische Sprachkenntnisse sind wünschenswert. Für Ihren Einstieg bieten wir Ihnen viele interessante Möglichkeiten. Sie können in unserem Unternehmen als Student/in ein vielseitiges Praktikum absolvieren oder Ihre Abschlussarbeit von uns kompetent betreut verfassen. Bei einem Einstieg nach Abschluss Ihres Studiums werden Sie von einem erfahrenen Paten eingearbeitet.

Außer erfahrenen Ingenieuren und Technikern suchen wir jährlich 20 bis 30 Absolventen und Absolventinnen der Fachrichtungen Fahrzeugtechnik, Maschinenbau, Mechatronik, Elektrotechnik, Nachrichtentechnik, Informatik, Physik sowie Wirtschaftsingenieurwesen. Je nach Kenntnissen und Neigungen bieten wir Ihnen im Rahmen unserer Produkte und Dienstleistungen unterschiedliche Aufgabenstellungen mit folgenden Schwerpunkten:

Information und Komfort

• Komponentenentwicklung vom Konzept bis zur Serie

• Steuergeräteentwicklung (Hard- und Software)

• Konzeption und Konstruktion von mechanischen Komponenten, wie z.B. Auslegung und Konstruktion von Multifunktionsschaltern oder zentraler Bedieneinheiten

• Erarbeitung und Umsetzung von Infotainmentlösungen (Radio, Telefon, Navigation, Internet, Mediaplayer, Klima etc.)

• Simulation und Berechnung

Lighting

• Lichttechnische Entwicklungen vom Konzept bis zur Serie

• Scheinwerfer und Fahrzeugaußenleuchten

• Fahrzeug-Innenraumbeleuchtungen

• Leuchten für medizinische Anwendungen

• Beleuchtungssysteme z.B. für Yachtbau, Innenarchitektur und Consumer Products

Testing

• Steuergerätesimulation im Verbund

• Rapid Prototyping von Steuergeräten

• Steuergeräteentwicklung für Prototyp und Serie

• Entwicklung und Visualisierung von Mess-, Prüf- und Steuerungssoftware / Benutzeroberflächen

• Testfallgenerierung & Absicherung

• Validierung, Verifikation und Diagnose

• HW/SW Anbindung an KFZ-Bussysteme (LVDS, CAN, MOST, LIN, FlexRay)

• Prüfplatzentwicklung und Fertigung

• KFZ-Umbauten, Aufbau von Versuchsträgern

Wenn Sie unsere Leidenschaft für Innovation teilen, sollten Sie sich bewerben

Wir freuen uns auf Sie als Mitarbeiter, wenn Sie einen langjährigen Arbeitsplatz suchen, der Ihnen viel Freiraum für Ihre fachliche und persönliche Entwicklung bietet. Mit uns dürfen und sollen Sie Neues erproben, eingefahrene Wege verlassen und sowohl verantwortlich als auch eigenständig an komplexen Projekten mitwirken.

RUETZ TECHNOLOGIES fördert seine Mitarbeiter zum Erfolg

Die Führungskräfte unseres mittelständischen Unternehmens haben sich im Unternehmen hierzu entwickelt. Sie wissen wie es geht und sie geben dieses Know-how begeistert an Sie weiter.

Frau Carola Geiger, Leitung Recruiting, freut sich über Ihre bevorzugt per E-Mail gestellte Bewerbung an jobs@ruetz.de. Sie dürfen sie auch gerne vorab anrufen - +49 89 35 610-100.

RUETZ TECHNOLOGIES GmbH
Walter-Gropius-Straße 17
D-80807 München
+49 / 89 / 356 10-0
http://www.ruetz.de/de/

Schiller Automation

Inhaltsverzeichnis

SCHILLER – We know how …

Kompetenz setzt Know-how und Können voraus. In lediglich 30 Jahren hat sich das Unternehmen SCHILLER AUTOMATION mit Kompetenz, Know-how und Können zu einem der weltweit führenden Anbieter für Automatisierungssysteme entwickelt.

SCHILLER AUTOMATION ist ein führender Anbieter von Produktionssystemen in der Herstellung und Handhabung von Mikroelektronik-Baugruppen einschließlich Automotive-Anwendungen sowie Photovoltaik-Produkten von der Zellproduktion im Siliziumbereich über die Handhabung von Dünnschichtzellen bis zur Modulproduktion.

Drei Viertel des Umsatzes erzielt SCHILLER AUTOMATION mit Maschinen für die Herstellung von Solaranlagen. Mit diesen Maschinen werden Solarzellen in den Solarfabriken gefertigt. Zwei Drittel des Umsatzes gehen in den Export. Vorwiegend in die USA und Europa aber zunehmend verstärkt auch in den asiatischen Raum. Die Auftragslage ist exzellent. Die Fertigungskapazitäten sind ausgebucht. Deshalb wird gebaut werden und hierbei werden € 15 Millionen investiert werden.

Sonnenmaschinen aus Sonnenbühl – woher denn sonst?

SCHILLER-Anlagen montieren, schrauben, löten, kleben, drucken, etikettieren, trocknen, erwärmen, kühlen und härten. Sie inspizieren, testen und prüfen die Qualität. Mittels einer integrierten Prozesskontrolle verarbeiten sie Bilder. Sie biegen, brechen, schweißen, fügen, beschriften, transportieren, bewegen, fördern, lagern, sortieren und sie beschleunigen und dies bei höchster Zuverlässigkeit.

SCHILLER-Know-how reduziert die Investitionskosten unserer Kunden und senkt die Herstellungskosten und hiermit Produktionskosten insgesamt. Unsere Ingenieursleistungen, unsere Kreativität und unsere Erfahrung im Machbaren erzeugt Automatisierungslösungen mit hohem Durchsatz, Verfügbarkeit und Zuverlässigkeit.

SCHILLER - der Spezialist für Innovationen

Gemeinsam mit unseren Kunden entwickeln unsere Ingenieure und Spezialisten innovative Zukunftstechnologien. Wir setzen die Vorstellungen unserer Kunden mit den neuesten am Markt befindlichen Technologien in Automationslösungen um. Mikroelektronik, Halbleiter und Photovoltaik sind unsere zukunftsorientierten Märkte mit einem hohen Wachstumspotential. Diese hochinteressanten Märkte und das Können unserer Mitarbeiter sind die Garanten für ein weiteres, überdurchschnittliches Wachstum unseres Unternehmens.

SCHILLER - gemeinsam erfolgreich

High-Tech erfordert höchste Mitarbeiterorientierung. Unsere Mitarbeiter wollen etwas bewegen, sie fordern und besitzen Freiräume für ihre Ideen, denn nur so können sie diese auch umsetzen. Wer engagiert mitarbeitet möchte auch angemessen am Erfolg partizipieren. Leistung lohnt sich bei SCHILLER AUTOMATION. Das ist nur eine unserer Maximen.

SCHILLER AUTOMATION fördert die Weiterentwicklung seiner Mitarbeiter. Lebenslanges Lernen nicht als Schlagwort, sondern als tägliche Praxis.

Flexible Arbeitszeiten, zahlreiche Sozialleistungen, wie eine firmeneigene Kantine, sind für uns selbstverständlich. Unsere Unternehmenskultur spiegelt unseren

Führungsstil, unser Miteinander wider. Kommunikation, Transparenz – Information über alles Wissenswerte, nicht nur das unbedingt Notwendige – bei SCHILLER AUTOMATION ist das die täglich gelebte Praxis.

SCHILLER sucht Sie

SCHILLER AUTOMATION wächst schnell. Unsere weiteren Ziele sind ehrgeizig und die Anforderungen an unsere Mitarbeiter sind hoch. Sie sollten zu uns kommen, wenn Ihre Anforderungen an Ihren neuen Arbeitgeber ebenso hoch sind. Sie wollen zum Besten und wir benötigen die Besten. Unser Erfolgsweg könnte auch Ihre Chance für ein außerordentlich erfolgreiches berufliches Engagement sein.

Wachsen Sie mit uns. Wir freuen uns auf Sie.

Ihr Stefan Schiller

Geschäftsführer

Sonnenbühl – leben in der mittleren Kuppenalb

Kalte und trockene Winter. Die Sommer fast nie stickig oder schwül. Nicht ohne Grund ist der Ortsteil Erpfingen ein anerkannter Luftkurort mit einem reizkräftigen, sehr bekömmlichen thermischen Bioklima und einer großen Luftreinheit. Der höchste Punkt liegt 880 Meter hoch. 7.000 Einwohner leben in vier Ortsteilen auf etwas über 6.000 ha.

Die Gemeinde Sonnenbühl gehört zum Landkreis Reutlingen und zum Regierungsbezirk Tübingen. Viele Wege führen nach Sonnenbühl. Reutlingen erreichen Sie mit dem PKW in 20 Minuten. Tübingen in 30 Minuten und nach Ulm benötigen Sie knapp eine Stunde. Wohnraum finden Sie in der Gemeinde genügend und dies zu passablen Preisen. Ebenso verfügt die Gemeinde über genügend Bauplätze in attraktiven Lagen.

Es gibt drei Grundschulen sowie eine Hauptschule. Realschulen und Gymnasien befinden sich in Pfullingen (10 km), Reutlingen (15 km) und in Großengstingen (10 km). Jeder der Sonnenbühler Ortsteile verfügt über eine Schule. Es gibt drei Grundschulen sowie eine Grund- und Hauptschule in Genkingen. Realschulen oder Gymnasien müssen die Kinder in Pfullingen, Reutlingen oder in Großengstingen besuchen. In Tübingen und Reutlingen befinden sich anerkannte Hochschulen.

Und nicht zuletzt – auch für Ihre Gesundheit ist gesorgt. Mehrere Ärzte, Zahnärzte und eine Apotheke sind im Ort ansässig. Für Ihr Seelenheil finden sich Evangelische, Katholische, Methodistische und Neuapostolische Kirchen am Ort.

SCHILLER AUTOMATION GmbH & Co. KG
Postfach 1320
D-72819 Sonnenbühl
+49 7128 386-0
www.schiller-automation.com
http://www.schiller-automation.com/

SEW-EURODRIVE

Inhaltsverzeichnis

SEW-EURODRIVE, das ist Bewegung

Tradition, Innovation, Qualität und Service - das beweisen wir unseren Kunden seit nunmehr fast 80 Jahren jeden Tag. Denn wir bewegen nicht nur unzählige Förderbänder, Getränkeabfüllanlagen, Dächer von Sportstadien, Kieswerke, Montagelinien, Prozesse in der chemischen Industrie, Ihr Gepäck in Flughäfen oder Sie selbst auf Rolltreppen; nein wir bewegen auch uns selbst - Stillstand gibt es nicht! Jeden Tag sind über 500 Forscher und Entwickler dabei die Zukunft der Antriebsautomatisierung zu erfinden und dabei noch ein bisschen besser zu machen.

SEW-EURODRIVE setzt Maßstäbe in der Antriebstechnik

Wer erfolgreich sein will, der muss die Aufgaben und Prozesse seiner Kunden und Branchen kennen. Dabei schaut SEW-EURODRIVE über den Tellerrand der Antriebstechnik hinaus um die ideale Lösung zu finden. Mit einer oft unkonventionellen Sicht- und Vorgehensweise haben wir seit jeher Trends bewegt und Maßstäbe in der Antriebstechnik gesetzt. Deshalb hat sich das Prädikat „engineered and made by SEW“ zum Gütesiegel in der Antriebswelt entwickelt. So hat sich SEW-EURODRIVE in seiner Geschichte zu einem der Marktführer in der Branche der Antriebsautomatisierung mit einem Umsatz von rund 1.5 Mrd. € entwickelt.

SEW-EURODRIVE - Systeme maßgefertigt

Die benötigte Bewegung wird mit verschiedenen Produktlösungen und Antriebssystemen erzeugt. Je nach Anforderung oder Branche bietet SEW-EURODRIVE individuelle Lösungen aus dem umfassenden Baukasten mit Getriebemotoren und Frequenzumrichtern, Servo-Antriebssystemen, Dezentralen Antriebssystemen und Getrieben.

Vorsprung durch Marktorientierung

Alle bewegen sich bei SEW-EURODRIVE, um die Aufträge unserer Kunden optimal zu lösen. Die Lösungen für Kundenaufgaben von morgen existieren bei SEW-EURODRIVE schon heute - in unserem durchgängigen Baukastensystem von Getriebemotoren, Steuer- und Regelungstechnik, Software, Service sowie umfangreichem Zubehör, sind die Grundlagen geschaffen um Kundenanforderungen schnellstmöglich und umfassend zu erfüllen. Marktorientierte Produkte, die im eigenen Haus entwickelt und produziert werden, sowie kompromisslose Qualität sind Pfeiler des Unternehmenserfolgs.

Menschen verlangen nach Lösungen, nicht nach Produkten

Entsprechend dieser Maxime hat sich SEW-EURODRIVE dafür entschieden, neben Getriebemotoren auch die dafür maßgeschneiderte Elektronik selbst zu entwickeln und herzustellen. Denn nur eine exakt auf die Antriebe abgestimmte Steuer- und Regelungstechnik sorgt für den optimalen Lauf der Dinge. So erhalten Entwickler, Konstrukteure und Planer von Anlagen und Projekten aus einer Hand Antriebslösungen, die es ermöglichen, einzelne Bewegungsvorgänge oder ganze Prozesse in Bewegung zu setzen und effizient zu steuern.

Hochwertige Antriebstechnik erfordert perfekten Service

Gute Produkte der Antriebstechnik sind nicht alles - der perfekt abgestimmte Service gehört dazu. Deshalb kommt bei SEW-EURODRIVE eins zum anderen. Hervorragende Produkte sowie ein integratives Dienstleistungs- und Serviceangebot, das den Einsatz und die Verfügbarkeit sämtlicher Antriebe Tag für Tag garantiert. Weltweit. Komplette Antriebe und Ersatzteile sind dank der SEW-Serviceorganisation extrem schnell auf der ganzen Welt verfügbar, in vielen Regionen innerhalb von 24 Stunden. Der Service fängt bei SEW-EURODRIVE nicht erst nach dem Kauf an.

Transparenz, Offenheit und Ehrlichkeit

Transparenz, Offenheit und Ehrlichkeit sind integrale Bestandteile unserer Unternehmensphilosophie. Sie fördern den Dialog zwischen dem Unternehmen, unseren Kunden und unseren weltweiten Partnern. Nur auf der Grundlage dieses gemeinsamen Dialoges lässt sich verantwortungsvolles und ökonomisch erfolgreiches Handeln zu einer sinnstiftenden Symbiose vereinigen, von der alle Beteiligten – also auch Sie als unser zukünftiger Mitarbeiter – profitieren. Ob Qualität und Umweltschutz, Kunden und Produkte, aber auch hochwertige Kommunikation, zieht sich unser Anspruch auf Nachhaltigkeit wie ein roter Faden durch alle Bereiche und Prozesse. Das Ganze zu sehen, gilt für alle und alles.

Wir bewegen weltweit mit ca. 13.000 Mitarbeitern

SEW-EURODRIVE bewegt alles, was für unsere Kunden an perfekten Lösungen für deren Antriebssysteme erforderlich ist. Unsere weltweit ca. 13.000 Mitarbeiter stehen für die optimale Lösung aller Aufgaben unserer Kunden und ihrer Prozesse. Von der Entwicklung bis zu Inbetriebnahme - weltweit. Bewegung, Tradition, Innovation, Qualität und Service.

Unsere Verantwortung für unsere Mitarbeiter nehmen wir ebenso ernst, wie unsere Verantwortung für die Umwelt. Nachhaltigkeit in unseren Projekten und Verantwortung für die Gesellschaft sind Prinzipien, die höchste Priorität besitzen. Ein effektives und ganzheitliches Personalmanagement trägt maßgeblich zum Erfolg des Unternehmens bei.

Ein lebendiges Betriebsklima ist für unser unabhängiges, international tätiges Familienunternehmen selbstverständlich. Kundenorientierung, Motivation und Identifikation sollten für Sie ebenso selbstverständlich sein. Bringen Sie mit uns Bewegung in die Antriebstechnik und das für fast alle Branchen weltweit. Entwickeln, produzieren und vertreiben Sie mit uns Getriebemotoren und Antriebselektronik vom Feinsten. Unser Erfolgsrezept als Familienunternehmen. In 47 Ländern steht SEW-EURODRIVE für den gemeinsamen Erfolg.

Ihr neuer Lebensraum

42.000 Einwohner leben in einer wunderschönen, attraktiven Umgebung in einem klimatisch sehr angenehmen Lebensraum. In etwa 20 km Entfernung befindet sich Karlsruhe mit allen schulischen und kulturellen Möglichkeiten - und einer Elite-Universität, der TU Karlsruhe. Mit knapp 300.000 Einwohnern ist Karlsruhe die drittgrößte Stadt in Baden-Württemberg.

Bruchsal liegt in der Metropolregion Rhein-Neckar. Der internationale Flughafen Frankfurt ist ca. 100 km, der Straßburger Flughafen 90 km und der Flughafen Stuttgart sowie der Baden-Airpark ca. 60 km entfernt.

SEW-EURODRIVE GmbH & Co KG
Ernst-Blickle-Str. 42
D-76646 Bruchsal
+49 / 7251 75-0
http://www.sew-eurodrive.de/

Tesat-Spacecom

Inhaltsverzeichnis

Technologie für Satelliten

Wenn Sie in in der Dämmerung den Himmel absuchen, können sie ohne große Mühe eine Vielzahl künstlicher Erdtrabanten ausmachen - um die 1.000 aktive Satelliten mit den unterschiedlichsten Aufgaben umkreisen unseren Planeten, insgesamt werden es wohl an die 10.000 sein.

Haben Sie einen entdeckt? Die Chancen stehen gut, dass er mit Technologie von Tesat bestückt ist. Die Tesat-Spacecom hat in ihrer knapp 60-jährigen Geschichte an mehr als 450 Raumfahrtprojekten mitgearbeitet und hält aktuell 50% des weltweiten Marktes für Leistungsverstärker (Traveling Wave Tube Amplifiers - TWTA) in Kommunikationssatelliten. Und das ist nur ein kleiner Teil des breiten Aktivitätsspektrums des Backnanger Unternehmens, welches sich rund um Datenübertragung, Signalverstärkung und Energieverteilung ausdehnt.

Die Tesat-Spacecom blickt auf 80 Millionen Betriebsstunden ihrer Produkte im All zurück. Betriebsstunden von Geräten, für die Funktionszeiten von bis zu 18 Jahren nichts Ungewöhnliches sind.

Wir stellen uns den höchsten Herausforderungen

Die Anpassung der Technik an die Bedingungen im All erfordert dabei höchstes Leistungsvermögen. Nicht nur auf Wartungsfreiheit, geringe Masse und kleines Volumen ist zu achten. Auch Probleme, wie zum Beispiel die Ableitung von durch Sonneneinstrahlung hervorgerufenen Temperaturschwankungen stellen die Ingenieure für jedes Projekt vor neue Herausforderungen, deren Lösungen individuell auf die jeweiligen Satelliten zugeschnitten sein müssen. Herausforderungen, definiert von renommierten Auftraggebern: Zu den zufriedenen Kunden der Tesat-Spacecom gehören die ESA, die NASA, Intelsat und Inmarsat, um nur die bekanntesten zu nennen.

Wir benötigen Mitarbeiter mit Weitblick

High-Tech-Produkte erfordern Mitarbeiter, die eigenständig arbeiten können und wollen. Ingenieure der Fachrichtungen Elektrotechnik, Maschinenbau, Physik und Nachrichtentechnik erwarten herausragende Entwicklungsperspektiven in Teams mit jungen und erfahrenen Mitarbeitern - und der Perspektive, auch international tätig werden zu dürfen.

Spannende, herausfordernde Aufgaben und sichere Arbeitsplätze sind bei Tesat selbstverständlich. Aber auch Studenten, Diplomanden und Praktikanten können bei Tesat die Erfahrungen sammeln, die ihre theoretische Grundausbildung für die Praxis so erweitern, dass ihrem Karrierestart nichts mehr im Wege steht.

Junge Menschen finden nach dem Schulabschluss Ausbildungsplätze in zukunftsorientierten Berufsbildern als Elektroniker, Oberflächenbeschichter und in der Mikrotechnologie. Für Abiturienten bieten wir duale Studiengänge im Wirtschaftsingenieurwesen, der Elektrotechnik und der Informationstechnik mit Bachelorabschluss.

Und so bewerben Sie sich richtig

Sie können sich schriftlich oder per E-Mail bewerben - und Sie dürfen natürlich auch vorab anrufen und sich telefonisch vorstellen. Ihre Bewerbung sollte erkennen

lassen, warum Sie bei uns mitarbeiten möchten - was ist Ihre Motivation, zu Tesat-Spacecom zu kommen?

Natürlich möchten wir auch erkennen können, welche Fachkenntnisse Sie mitbringen und wie Ihr schulischer und beruflicher Werdegang verlaufen ist. E-Mail-Bewerbungen können wir fundierter bearbeiten, da wir diese intern auch am besten weitergeben können. Sie dürfen sich deshalb bevorzugt dieser Art der Bewerbung bedienen. Ihre 800 zukünftigen Kollegen freuen sich schon auf Sie!

Backnang verbindet High-Tech und Handwerk

Malerisch gelegen zwischen Murr, Streuobstwiesen und Schrebergärten erstreckt sich seit über 750 Jahren die heutige große Kreisstadt Backnang. Industrieller Fortschritt wurde in der „Gerberstadt Backnang“ stets groß geschrieben: Bereits im 19. Jahrhundert entstand hier eine blühende Textil-, Leder- und Maschinenbauindustrie, die Backnang zu einer der führenden Industriestädte in Württemberg machte. Die Stadt verfügt über eine großzügig angelegte, erst vor einigen Jahren erweiterte, komplett verkehrsberuhigte Innenstadt, deren vielfältige Einkaufsmöglichkeiten kaum Wünschen offen lassen und falls doch, ist auch die Verkehrsanbindung der Stadt Backnang vortrefflich: Die Landeshauptstadt Stuttgart erreichen Sie mit dem Auto und über die B14 innerhalb einer halben Stunde.

Besonders bequem gelangen Sie mit der halbstündlich fahrenden S-Bahn in die Innenstadt von Stuttgart. Der Bahnhof ist von der Innenstadt Backnang aus in 10 Minuten zu Fuß erreichbar. Ein gemütlicher Spaziergang, der an den Firmengebäuden von Tesat vorbeiführt. Auch der Jugend hat Backnang einiges zu bieten: Mit nicht weniger als 27 Kindergärten und Kindertagesstätten ist vom traditionellen bis zum Waldorfkindergarten alles vertreten. Alle Schularten befinden sich am Ort. Es gibt ein technisches und ein naturwissenschaftliches Gymnasium, selbst eine Berufsakademie wird in Kürze eröffnet. In der Stadt selbst und auch im grünen Umland kann preisgünstig Wohnraum erworben oder angemietet werden.

Tesat-Spacecom GmbH & Co. KG
Gerberstraße 49
D-71522 Backnang
+49-7191-930-0
info(at)tesat.de
http://www.tesat.de/

Valeo Wischersysteme

Inhaltsverzeichnis

Die Valeo-Gruppe

Als eines der weltweit führenden Unternehmen entwickeln, produzieren und vertreiben wir Komponenten, integrierte Systeme und Module für Automobile und Nutzfahrzeuge. Die Valeo-Gruppe beschäftigt 61.200 Mitarbeiter in 28 Ländern mit 125 Produktionsstätten, 62 Entwicklungs- und 9 Vertriebszentren. Valeo ist in Deutschland mit 5 Unternehmensbereichen vertreten:

Klimasysteme

Heiz- und Klimasysteme, Cockpitmodule und Komponenten mit Wärmetauschern, Verdampfern, Kondensatoren, Kompressoren sowie Bediengeräten.

Kompressoren

Der extern geregelte Kompressor DCS hat sich zu einer Schlüsselkomponente in modernen Fahrzeug-Klimatisierungssystemen entwickelt. Der optimal kupplungslose Kompressor hat ein variables Hubvolumen, welches sich über ein elektromagnetisches Ventil dem über ein Klimasteuergerät vorgegebenen erforderlichen Kühlungsbedarf anpasst.

Interior Controls

Mit Einzelschaltern, Schalter- und Lenksäulenmodulen, Sensoren, und Umfelderkennungssystemen. Sicherheitssysteme Mit Power Closure Systems, womit Kofferraumdeckel und Schiebetüren automatisch geöffnet und geschlossen werden können sowie Lenkungsverriegelungen für die manuelle oder automatische Verriegelung oder Sperrung des Lenksystems.

Wischersysteme

Valeo-Wischersysteme mit dem reversiblen Wischermotor, einer neuen Generation von Armen und Blättern sowie dem elektronisch gesteuerten Heckscheibenmotor.

Valeo Wischersysteme

Valeo Wischersysteme ist einer von 10 Unternehmensbereichen der Valeo-Gruppe und mit ca. 8.000 Mitarbeitern weltweiter Marktführer für Wischersysteme. Wir produzieren für unsere Kunden Front- und Heckscheibenwischsysteme sowie Waschsysteme. Der Standort Bietigheim fertigt dazu mit derzeit ca. 1.400 Mitarbeitern auf einer Fläche von 33.000 qm Wischarme, Wischblätter, Frontwischermotoren und Wischgummis. Das Bietigheimer Werk ist sowohl Produktionsstandort als auch F&E-Zentrum und darüber hinaus Sitz der Divisionsleitung für die Valeo Wischersysteme Division Nordeuropa.

Unsere operative Exzellenz und totale Qualität zu optimierten Kosten erreichen wir durch die Umsetzung der 5-Achsen-Methode. Ziel dieser ist die Zufriedenheit der Kunden. Die 5 Achsen mit Einbeziehung der Mitarbeiter, des Produktionssystems und ständige Innovation sowie die Integration der Zulieferer und Totale Qualität bilden seit 15 Jahren den Grundstein der Unternehmenskultur. „Total Quality“: Qualität ist das „A“ und „O“ und hat für unsere Mitarbeiter oberste Priorität.

Technologie:

Innovation ist das Herzstück der Strategie. Sie dient dazu, das Automobil immer sicherer, komfortabler und umweltfreundlicher zu machen. Dank unserer

Innovationen sind wir in der Lage, globale Lösungen anzubieten, die zur Erhöhung der Sicherheit, des Komforts und der Fahrfreude beitragen, gleichzeitig aber auch den Kraftstoffverbrauch und die Schadstoffemissionen reduzieren. Nachhaltigkeit: Wir verfolgen eine Strategie des rentablen Wachstums, die mit dem Prinzip der nachhaltigen Entwicklung in Einklang steht. Valeo hat die UNO-Initiative „Global Compact“ unterzeichnet und engagiert sich damit für die Erhaltung der Erde und trägt ständig zum Fortschritt des Automobils im Dienste der heutigen und zukünftigen Generationen bei.

Sind Sie bereit Ihre Karriere zu beschleunigen?

Valeo will zu den fünf größten Automobilzulieferern weltweit gehören. Dieses Ziel streben wir mit technologischer Innovation und Spitzenleistung in den Produktionsprozessen an. Unseren Kunden im Erstausrüstungs- und Nachrüstmarkt wollen wir mehrwertige Systeme und Service bieten. Unsere Zielsetzung - Ihre Chance !

Bietigheim-Bissingen

Innovative, weltweit tätige Unternehmen sichern die Wirtschaftskraft der Stadt Bietigheim-Bissigen mit rund 41.000 Einwohnern. Die Rahmenbedingungen sind sowohl für die Industrie als auch für die Einwohner optimal. 22.000 Arbeitsplätze in kleinen, mittleren und großen Unternehmen sichern die Wirtschaftskraft der Stadt – und somit auch die Investitionen in die Infrastruktur für die Bürger.

Durch die Nähe zu Stuttgart mit nur 24 km und einer exzellenten Verkehrsverbindung zur Landeshauptstadt und deren Flughafen steht den Unternehmen und den Einwohnern die „weite Welt“ offen.

Bietigheim-Bissingen selbst liegt außerordentlich reizvoll am Zusammenschluss von Enz und Metter in der Hügellandschaft des mittleren Neckarraumes. Weinberge, Wälder und eine sanfte Hügellandschaft garantieren Natur pur. Aber auch die Stadt bietet vieles für das Auge. Das historische Stadtbild hat schon viele in seinen Bann gezogen. Eine leistungsfähige Gastronomie lädt zum Verweilen und Genießen ein. Parkplätze gibt es selbst in der Nähe zur historischen Innenstadt genügend. Mit Stadtbussen kann die Innenstadt zudem problemlos erreicht werden. Alle Schularten und vielseitige soziale Einrichtungen bieten allen Interessen- und Altersschichten Raum für die persönliche Entfaltung. Grünflächen mit altem Baumbestand reichen bis in den Stadtkern hinein. Im nur wenige Kilometer entfernten Ludwigsburg finden sich Hochschulen und riesige Einkaufsmärkte, wie Breuninger und Ikea – um nur einige Beispiele zu nennen.

Valeo Wischersysteme GmbH
Poststräßle 10
74321 Bietigheim-Bissingen
http://www.valeo.com/de.html

Alle Kontaktdaten

Automotive Lighting Reutlingen GmbH
Tübinger Str. 123
D-72762 Reutlingen
+49 7121 35-6000
http://www.al-lighting.com

WILHELM BAHMÜLLER
Maschinenbau Präzisionswerkzeuge GmbH
Postfach 280,
73652 Plüderhausen
+49-(0)7181-809-0
http://www.bahmueller.de

Bonduelle Deutschland GmbH
Am Heilbrunnen 136/138
D-72766 Reutlingen
+49-7121-1494-0
http://www.bonduelle.de/

Festo AG & Co. KG
Ruiter Straße 82
D-73734 Esslingen
+49 (0) 711 / 347 – 0
http://www.festo.com/

ILLIG Maschinenbau GmbH & Co. KG
Robert-Bosch-Strasse 10
D-74081 Heilbronn
07131/ 505-0
http://www.illig.de/

Manz AG
Steigäckerstraße 5
D-72768 Reutlingen
+49 (0) 7121 9000-0
http://www.manz.com/de/

Murrelektronik GmbH

Falkenstraße 3
D-71570 Oppenweiler
+49 (71 91) 47-0
http://www.murrelektronik.com/de/home.html

RUETZ TECHNOLOGIES GmbH

Walter-Gropius-Straße 17
D-80807 München
+49 / 89 / 356 10-0
http://www.ruetz.de/de/

SCHILLER AUTOMATION GmbH & Co. KG

Postfach 1320
D-72819 Sonnenbühl
+49 7128 386-0
http://www.schiller-automation.com/

SEW-EURODRIVE GmbH & Co KG
Ernst-Blickle-Str. 42
D-76646 Bruchsal
+49 / 7251 75-0
http://www.sew-eurodrive.de/

Tesat-Spacecom GmbH & Co. KG
Gerberstraße 49
D-71522 Backnang
+49-7191-930-0
http://www.tesat.de/

Valeo Wischersysteme GmbH
Poststräßle 10
74321 Bietigheim-Bissingen
http://www.valeo.com/de.html

Koch Management Consulting

Birkenstraße 6 • 71549 Auenwald • 07191 23 00 05

Maximal 50 innovative

UNTERNEHMEN

und Exzellente Arbeitgeber

» Professionell Bewerben & Karrierestrategie

400 DIN A4-Seiten Know-how mit weiteren Informationen exklusiv zu Ihrem Unternehmen. Die Downloads erfolgen von Ihrer Website, wenn Sie die zu Ihrem Unternehmen „verlinkten" eBooks in Ihrer Werbung sowie Stellenanzeigen mitbewerben. Sukzessive „verankern" so nur 50 Unternehmen und wir dauerhaft die rund 20 Millionen Qualifizierten per Klick zu Ihrem Unternehmen, das ist doch unbezahlbar !

Jeden, den Sie erreichen, sollten Sie „verankern" !

„Wo & Wie" sonst „verankern" Sie Ihre Zielgruppen dauerhaft zu Ihrem Unternehmen?

Ab Aufnahme wird Ihr Unternehmen über die bereits millionenfach heruntergeladenen eBooks erreicht!

Karrierhandbuch.de – unübertroffen Qualifizierte erreichen und „verankern“

Index Start

Ihr Unternehmen, unschlagbar durch Ihre Zielgruppenwerbung plus Viral-Marketing

Unser für alle Qualifizierten unentbehrliches Know-how zur „Karriere & Bewerbung“ erweitert Ihre zielgruppenorientierten, reichweitenrelevanten Stellenanzeigen/Werbung mit der vertrauenswürdigsten und somit effizientesten Werbeform, dem Viralmarketing. Seit 2004 erstelle ich Karrierehandbuch.de plus eBooks zur „Karriere & Bewerbung“. Unsere sechs eBooks mit 900 Seiten und unsere Website mit 1.500 Seiten nutzen Millionen.

Sukzessive erreichen Sie und wir die rund 20 Millionen Qualifizierten

Von unserem eBook „Professionell Bewerben & Karrierestrategie“ erstellen wir für Ihr Unternehmen exklusiv eine auch druckbare PDF-Version sowie eine mobile Version für den Kindle (Amazon). Bei Amazon können sechs unserer eBooks mit der zusätzlichen Präsentation der von uns präsentierten Unternehmen heruntergeladen werden.

Sie werben in Ihrer Zielgruppe/Branche/Region für den Download „Ihrer“ eBooks zur „Karriere & Bewerbung“ von Ihrer Website. Wer „Ihre“ eBooks herunterlädt „verankert“ sich langjährig als „Bewerber & Kunde“ zu Ihrem Unternehmen auf seinem PC oder Reader. Jede Anzeige und Weiterempfehlung führt zu Downloads „Ihrer“ eBooks und steigert somit stetig Ihren Werbewert zu einer langjährig wirksamen Investition mit „Return on Invest“.

Kennen Sie ein effizienteres, nachhaltigeres, kostengünstigeres Marketingsystem?

Begeistert weiterempfohlen sowie in Suchmaschinen exzellent gelistet, erreicht Karrierehandbuch.de mit „Ihren“ und unseren eBooks stetig mehr Qualifizierte. Über 120 (Elite-)Universitäts- / Hochschul- und Landesbibliotheken sowie Businesswebsites und andere mehr, listen unsere eBooks und bieten sie meistens auch direkt zum Download an.

Sie annoncieren und werben in Ihren Zielgruppen. Wer Ihre Anzeigen beachtet, „verankert“ sich, indem er „Ihre“ eBooks zur „Karriere & Bewerbung“ herunterlädt. So „verankern“ Sie über „Ihre“ mitbeworbenen eBooks Ihre Zielgruppen auf deren Computern/Readern. Ihre Website wird häufiger aufgesucht, da hiervon die Downloads erfolgen. In absehbarer Zeit erreichen 50 Unternehmen und wir die etwa 20 Millionen Qualifizierten dauerhaft über unentbehrliches Know-how zur „Karriere & Bewerbung“. Im Wettbewerb gewinnt der, dem die Umworbenen vertrauen, da sie ihn kennen.

Im Fokus von Führungskräften, Berufserfahrenen, Absolventen, Abiturienten

Die begehrten Qualifizierten binden Sie dauerhaft nur mit dem, was für diese langjährig „unentbehrlich“ ist: mit Know-how zur „Karriere & Bewerbung“ aus 40 Jahren Erfahrung. Sie präsentieren Ihr Unternehmen unter „Exzellente Arbeitgeber“ auf unserer Website. Die je > 30 Visitenkarten von maximal 50 Unternehmen befinden sich mit einer „Auswahlbox“ abwechselnd unter 1.500 Seiten Know-how auf unserer Website. Zudem wird jedes Unternehmen aus Auswahlboxen in 15 Inhaltsverzeichnissen erreicht. Von unserer „Website und „Ihren“ eBooks“ erreichen

Bewerber bis 8 Ihrer Ziele sowie von uns voreingestellt per Klick über JobRobot direkt Ihre Stellenangebote auf über 70 Stellenbörsen.

Per Klick zu Ihren Angeboten - das ist Komfort, der zum Klick motiviert

Sie werben erfolgreich vor allem dort, wo Sie willkommen sind. Unerwünschte Werbung wird weggeklickt und bleibt unbeachtet. Know-how zur „Karriere & Bewerbung“ wird aktiv aufgesucht und weiterempfohlen. Im Kontext zu selbst aktiv aufgesuchtem Know-how wird Werbung für Sie als Arbeitgeber mit Produkten und Dienstleistungen positiv aufgenommen.

Werben Sie zielgruppenspezifisch und reichweitenrelevant mit „Ihren“ eBooks

Ihr Unternehmen gehört über „Ihre“ und unsere eBooks und unsere Website zu den bestens bekannten und Ihre Website wird aufgesucht, um sich „Ihre“ eBooks herunterzuladen. Wer „Ihre“ eBooks besitzt, empfiehlt diese begeistert an seine Kollegen und Freunde weiter. So erreichen Sie mehr Bewerber und Kunden für Ihre aktuellen und künftigen Projekte.

Was nützt es Ihnen, wenn Sie „Ihre“ eBooks umfangreich mitbewerben?

Tausende suchen im Verlauf eines Jahres Ihre Karriereseite auf. Wer keine passende Position findet, kommt dann fortgesetzt wieder, wenn er sich „Ihre“ eBooks heruntergeladen hat. Häufig besuchen auch begehrte Konkurrenzmitarbeiter Ihre Karriere- und Produktseiten und die zu binden ist besonders interessant. Auf den Visitenkarten Ihrer Manager und Mitarbeiter könnten Sie auf Ihre Downloads hinweisen. Setzen Sie „Ihre“ eBooks bei allen Aktivitäten wie Stellenanzeigen sowie Karriere-/Messen etc. intensiv ein. Wenn Sie bereits im Messekatalog ankündigen, dass Sie Sachbücher zur „Karriere & Bewerbung“ aushändigen bzw. zum kostenlosen Download anbieten, werden Sie noch erfolgreicher. „Verankern“ Sie in Ihrem gesamten Schriftverkehr die Adressaten über „Ihre“ eBooks.

Stellen Sie „Ihre“ gedruckten Sachbücher in alle für Sie relevanten Bibliotheken ein

„Ihr“ eBook „Professionell Bewerben & Karrierestrategie“ können Sie mit nur Ihren zusätzlichen Inhalten / Broschüren in Ihrem Corporate Design auch selbst drucken lassen. Anstatt nur Hochglanzbroschüren können Sie so für etwa € 1.000 150x „Ihr“ gedrucktes Handbuch in für Sie relevante Stadt-, Schul- und Hochschulbibliotheken einstellen und bei allen Events für Schüler/Studenten/Schulungen und anderem mehr einsetzen. Auch Professoren geben „Ihre“ in ein Sachbuch eingebetteten Unternehmensinformationen engagierter an Absolventen weiter. Geben Sie „Ihre“ beiden gedruckten eBooks bei Messen mit Ihren eingebundenen Broschüren kostenlos/kostendeckend ab, die Druckkosten dürften nur minimal höher sein als ein reiner Broschürendruck. Sie erreichen und gewinnen mehr und Ihre Broschüren wirken sehr lange.

Was nützen Ihnen „Ihre“ beiden exklusiven eBooks bei Sozialen Medien?

Wenn Sie in Sozialen Netzwerken „Ihre“ eBooks einstellen, werden Sie eher weiterempfohlen und „Ihre“ heruntergeladenen eBooks „verankern“ ansonsten nur kurze Kontakte dauerhaft. Ob Ihr Unternehmen unter mehr als 10.000 präsentierten (Xing) beachtet wird, ist fraglich. Wird, wie von Facebook, hiervon ein Vielfaches vorgestellt, nehmen wir Einzelne kaum wahr.

Was nützt es Ihnen, dass unsere eBooks weltweit kostenlos downloadbar sind?

Unsere eBooks sind in der Deutschen Nationalbibliothek und 19 Landesbibliotheken bzw. Bibliotheksverbünden sowie 66 Bibliotheken von Universitäten und

Hochschulen gelistet. Dem Bayerischen Bibliotheksverbund (BVB) gehören beispielsweise über 135 überwiegend wissenschaftliche Bibliotheken aus Bayern an. Dazu gehören 11 Universitäten, 17 Hochschulen und 10 regionale staatliche Bibliotheken. Zum Südwestdeutschen Bibliotheksverbund (SWB) gehören ca. 1.000 Bibliotheken. Etwa 30.000 Bibliotheken greifen auf die Verbünde zu. Von den Gründungsmitgliedern der im Aufbau befindlichen Deutschen Digitalen Bibliothek listen die Deutsche Nationalbibliothek, Bayerische Staatsbibliothek und Bibliotheksservicezentrum Baden-Württemberg unsere eBooks. Die DDB, sowie die sich ebenfalls im Aufbau befindende Europeana, optimieren den Download unserer eBooks für > 500 Millionen Europäer.

Den rechten Zeitpunkt abwarten, heißt anderen zuvorkommen (aus China)

74 % der Bevölkerung stehen bis 2030 dem Arbeitsmarkt nicht mehr zur Verfügung. Unschöne Aussichten nicht nur für Hidden Champions. Sie sollten Ihre Zielgruppen rechtzeitig „verankern“. Was nützt es Ihnen, dass uns Suchmaschinen auf der Pole-Position » anzeigen? Wer googelt findet unser „Karrierehandbuch“ und „Bewerbungshandbuch“ exzellent gelistet. Tausende Einträge zu uns verzeichnet Google. Sehr viele auch zu unseren eBooks bei den über 120 Referenzen, wie Universitäts-, Hoch-/Schul- und Landesbibliotheken und Businesswebsites. Auch die in Facebook von Microsoft integrierte Suchmaschine Bing listet uns hervorragend

Unübertroffene Effizienz und Nachhaltigkeit durch „Ihre“ exklusiven eBooks

Wer Ihre Anzeigen beachtet, lädt sich „Ihre“ mitbeworbenen eBooks von Ihrer Website herunter. Über „Ihre“ eBooks „verankern“ Sie Ihr Unternehmen über Jahre in Ihren Zielgruppen. Sie erzielen maximale Effizienz für Ihr Personal-/Produktmarketing/Öffentlichkeitsarbeit. Mit keinem anderen Medium transportieren maximal 50 Unternehmen mehr Informationen sukzessive zu den rund 20 Millionen Qualifizierten. Mit nichts anderem „verankern“ Sie langjährig die Qualifizierten Ihrer Zielgruppen über „Ihre“ eBooks. Sukzessive von fast allen Qualifizierten per Klick erreichbar, wo sonst erreichen Sie solches?

Powern Sie mit uns Ihr Marketing sowie Ihre Öffentlichkeitsarbeit

„Sie & wir“ „verankern“ in absehbarer Zeit gemeinsam die rund 20 Millionen Qualifizierten. Wir fakturieren für 6 Monate vorab € 6.000 + MwSt.. Bis 30. Juni 2012 bieten wir als Testaktion an: Testen Sie unsere Effizienz 6 Monate für € 3.000 + MwSt.. Der Testzeitraum ist einmal verlängerbar.

Als Dienstleister nehmen wir Ihnen fast jede Arbeit ab

Wir freuen uns auf Ihren Anruf 07191 / 23 00 05 oder
gerhard.koch@karrierehandbuch.de

Ihre Brigitte Forster & Gerhard-Hermann Koch

Information für Unternehmen unter http://www.KurzInfo.org

Wichtiges für Sie als Leser

Index Start

Lieber Leser,

ich würde mich freuen, sofern ich Ihnen die Informationen geben konnte, die Sie für Ihre „Karriere & Bewerbung“ benötigen. Denken Sie bitte daran, nicht alle Manager urteilen immer so, wie ich es Ihnen empfehle – aber ich bin sicher, dass qualifizierte Manager überwiegend so handeln, wie ich es Ihnen geschildert habe. Wichtig ist, dass Sie mitdenken. Nicht jede Situation ist identisch und nicht jeder Mensch handelt immer vergleichbar zu anderen. Ich freue mich über jedes Feedback und ebenso über Ihre Anregungen zu weiteren für Sie wichtigen Sachverhalten.

Bitte empfehlen Sie dieses eBook mit der kostenlosen etwa 200-DIN A4-seitigen Leseprobe für den Kindle weiter. Danke!

http://www.karriereultimativ.info bzw. als PDF-Dokument
http://www.karriereultimativ.biz

Sie erreichen mich am einfachsten und zudem jederzeit über

E-Mail: gerhard.koch@karrierehandbuch.de

Unsere gedruckten Sachbücher

Solange die Auflage reicht, können Sie das Bewerbungshandbuch, Karrierehandbuch, die Verhaltenskunde und Personalmarketing gedruckt für einen Sonderpreis von € 40 plus € 5 Versandkosten von uns direkt beziehen.

Ein kostenloses gedrucktes Sachbuch für Sie

Ein gedrucktes eBook schicken wir gerne denjenigen kostenlos zu, die eine Kundenrezension zu unseren eBooks auf Amazon erstellen. Wir meinen hier keine „Gefälligkeitsbewertung“, sondern eine Rezension die „wahrhaftig“ ist. Dieses Angebot gilt, bis die gedruckte Auflage aufgebraucht ist.

Downloads von Amazon

Wir haben uns für das Format Kindle von Amazon entschieden, da wir die Reader von Amazon unter Abwägung aller relevanten Aspekte für die Besten halten, obwohl EPUB (noch) nicht unterstützt wird. Unsere eBooks werden wir weiterentwickeln und die jeweils aktualisierten Versionen unseren Lesern kostenlos anbieten. Eine EPUB-Version werden wir in absehbarer Zeit ebenfalls erstellen.

Exzellente Arbeitgeber auf Karrierehandbuch

Unsere „Website & eBooks“ wurden mit über 30.000 Arbeitsstunden erstellt. Die weitere Entwicklung unseres Know-hows zur „Karriere & Bewerbung“ finanzieren wir über maximal 50 aufzunehmende Unternehmen. Sie finden die von uns empfohlenen Unternehmen auch auf unserer Website http://www.Karrierehandbuch.de

Unser Know-how wollen wir auch in mehreren Fremdsprachen anbieten

Wir suchen freiberufliche Übersetzer, die unsere eBooks übersetzen. Von dem erzielten Erlös der übersetzten Sachbücher vergüten wir dem Übersetzer 35% inklusive der ggf. anfallenden Steuer. Interesse? Bitte informieren Sie sich bei gerhard.koch@karrierehandbuch.

Zur Handhabung Ihres Kindle

Selbst wenn Sie nicht am PC lesen, sollten Sie sich den Kindle PC Lese-App herunterladen: http://www.amazon.de/gp/kindle/pc, da ideal für vielerlei Aufgaben geeignet.

Ihre Seite „Mein Kindle“ erreichen Sie über www.amazon.de/myk.

In der Cloud können Sie bei Amazon erworbene eBooks ebenfalls lesen: https://read.amazon.com/.

Ihre „Collections“ verwalten Sie sehr effizient über das kostenlose Programm www.colegate.net/KindleCollectionManager/.

Auswertung von Fachbüchern

Eine besonders nützliche Funktion stellen die „Clippings“ dar. Im Buchtext kopieren Sie besonders Wichtiges, indem Sie den Cursor an den Anfang setzen und OK drücken. Markieren Sie den Text und drücken Sie erneut OK. Der markierte Text wird in „My Clippings“ bzw. „Meine Clippings“ kopiert. Ihre Clippings können Sie über Ihren PC öffnen und ausdrucken. Für jedes Buch können Sie sich erneut Clippings generieren, indem Sie Ihre vorhandene Clippingdatei löschen. Sie wird dann von Amazon automatisch neu angelegt. Optimieren können Sie das noch, indem Sie die Inhalte der zu löschenden Clippingdateien jeweils vorab in einem Worddokument unter dem jeweiligen Buchtitel sammeln.

Mögliche Formate für Ihren Kindle sowie EPUB

Dokumente können Sie in diversen Formaten an Amazon schicken, damit sie dort kostenlos für Ihren Kindle formatiert werden: name@free.kindle.com/. Direkt auf Ihren Kindle am PC über USB ziehen können Sie nur .txt und .pdf.

Mit dem MobiPocket Creator von Amazon erzeugen Sie ebenfalls lesefähige prc-Dateien. Kostenloser Download:

http://www.mobipocket.com/en/downloadsoft/productdetailscreator.asp.

Wollen Sie nicht DRM-geschützte Formate für Tablets, Smartphones etc. umwandeln, benötigen Sie das kostenlose Tool Calibre http://calibre-ebook.com/.

Alle Leserbriefe

Index Start

„Karriere & Bewerbung“, ein Themenkreis, der für besonders qualifizierte Menschen naturgemäß „vertraulich“ ist. Wir veröffentlichen deshalb Leserzuschriften nur mit den Initialen und ohne nähere Angaben. Die Originale liegen bei mir mit Kommunikationsdaten – auch zur Einsicht - vor.

Personalreferentin

Ich danke Ihnen als Mensch, der nach dem Motto „lebenslanges Lernen“ und „Stillstand ist Rückgang“ ständig um Weiterentwicklung bemüht ist, als Mutter zweier Kinder, die am Anfang ihrer beruflichen Laufbahn stehen und als Personalreferentin für den Bereich Aus- und Weiterbildung. Ihre „gratis“ (einfach grandios, Bildung sollte in meinen Augen für alle zugänglich sein) ebooks bringen die auf dem Deckblatt angekündigten Inhalte fachlich und sprachlich exzellent auf den Punkt. Während des Lesens musste ich an der einen oder anderen Stelle sehr schmunzeln. Danke, dass sie kein Theoretiker sind, der ein praktisches Handbuch schreibt, es ist wie aus dem wahren Leben geschrieben.

S. O.

Universitätsabsolvent

Ich möchte mich bei Ihnen für Ihren Altruismus und Ihre großen Mühen bedanken, einen solch außerordentlich hilfreichen Erfahrungsschatz zur Verfügung zur stellen. Ihre Ratgeber habe ich mit großem Interesse verschlungen. Vor allem das E-book „Karrierehandbuch“ ist für mich als Berufseinsteiger nach erfolgreichem Studium eine wichtige Orientierungshilfe. Ich bin auf Ihre nächsten „Projekte“ äußerst gespannt.

M. R.

Absolventin / Wirtschaftspsychologin - Berufsziel Personalmanager

Ich wollte Ihnen nur mitteilen, dass Ihre E-Books klasse sind. Ich hab schon 2 davon durchgelesen und sie haben mir im Studium immer weiter geholfen. Ich hoffe, Sie machen noch viele weitere E-Books.

M. S.

Manager

Auch ich habe auf der Suche nach meinem „Traumjob“ regelmäßig Ihre Karrierewebsite genutzt und mir wertvolle Tipps geholt!

T. R.

Ein Texter aus Österreich

Also ich bin schwer beeindruckt und möchte es einfach loswerden! Ich habe in meiner Eigenschaft als Texter etwas gesucht, um richtige und bessere Bewerbungen schreiben zu können. Bin dabei auf Ihr Handbuch und Ihre HP gestoßen. Ich habe noch selten so etwas gesehen – wenn es Perfektion gibt, dann auf Ihrer Seite. Sie können sich zwar nichts dafür kaufen und ich gehöre auch nicht zu Ihrer Ziel- oder Bedarfsgruppe, aber ich möchte mich dennoch für diese wirklich hilfreichen Informationen bedanken. Noch immer sprachlos … Dienstleistung in ihrer besten Form!

G. G.

General Manager - früherer Leiter Personal

Mir haben Ihre Anregungen gut gefallen und ich bin sicher, dass das Karrierehandbuch vielen Menschen hilft. Gefällt mir. Ich wünsche Ihnen alles Gute und viel Erfolg.

R. H.

Leser

Ich möchte mich auf diesem Wege recht herzlich für ihr Bewerbungshandbuch bedanken, dem ich viele sehr hilfreiche Hinweise entnehmen konnte. Ich finde es sehr großzügig, dass sie dieses qualitativ hochwertige Buch (sowie die anderen Inhalte) entgeltlos zur Verfügung stellen. Vielen Dank nochmals und freundliche Grüße

A. F.

IT-Leiter

Die Handbücher finde ich kurzweilig zu lesen und geben praxisorientierte Tipps, welche jemandem helfen können, seinen eigenen Stil in der Bewerbung zu finden. Sehr positiv finde ich, dass Sie mit der „Telefonier“-Mär - in Kontakt bleiben, um jeden Preis - aufräumen.

H. S.

Leiter Universitätsbibliothek

PS. Mir persönlich gefällt Ihr Handbuch übrigens sehr gut. Ich habe es gerade heruntergeladen. Fast schade, dass ich mich gerade nicht in einer Bewerbersituation befinde...

Dr. A. U.

Hochschulbibliothekar

Vielen Dank, dass wir Ihre beiden hervorragenden Bewerbungs- u. Karrierehandbücher als E-Books aufnehmen durften.

J. K

Selbstständiger und ehemaliger Manager

Das Karrierehandbuch bringt einen echten Mehrwert. Ich lese (immer noch) die Karriereberatung bei Heiko Mell in den VDI-Nachrichten. Die Fragen, die dort gestellt werden, lassen Verzweiflung aufkommen, insofern ist das Karrierehandbuch super, aber nicht nur deswegen. Menschen brauchen eigentlich keine Beratung, sondern sie wollen nur bestätigt bekommen, was sie ohnehin getan hätten. Und sie tun es immer wieder ...

G. G.

Selbstständiger Steuerberater

... ich finde Ihre Homepage wirklich klasse.

M. H

Manager

Es lässt sich sehr entspannt lesen und vermittelt neben praktischen Tipps auch sehr viel menschliche Erfahrung. Besonders habe ich mich gleich auf das Kapitel Karrieremanagement und -killer gestürzt. In vielen Botschaften finde ich mich wieder, manche hätte ich gerne früher gekannt und vielleicht auch umsetzen können. Danke.

G. N.

IT-Manager

Ihr Karrierehandbuch habe ich mir heruntergeladen und habe auch schon ein paar wertvolle Tipps entnehmen können!

E. Z.

Marktleiter

Ich habe Ihre Online Literatur kurz überflogen und finde sie sehr interessant. Ich freue mich, die Bücher zu lesen und möchte mich auf diesem Wege dafür bedanken.

M. R.

Vertriebsfachfrau

Kompliment für die Website! Kein Bla Bla, sondern Fakten, sehr schön.

S. H.

Career Service Universität Zürich

Vielen Dank für Ihre Nachricht und Ihren Hinweis - dem Dank meiner Kollegin schließe ich mich gerne an! Gerne nehmen wir den Link zu Ihrer Website auf. Herzliche Grüße

Dr. R. G..

Career Service Universität Duisburg-Essen

… ist sie sehr interessant und gerne verlinke ich die Site in einer entsprechenden Linklisten-Datei zum Download. Ihre Seite werde ich auf jeden Fall weiterempfehlen! Vielen Dank!

V. O-W.

Hausfrau

Äußerst lehrreich und amüsant finde ich die „Verhaltenskunde“. Dies ist ein ganz nützlicher, pädagogisch wie auch philosophisch wertvoller Leitfaden.

I. S.

Personal- und Bewerberberaterin

Seit nunmehr 14 Jahren arbeite ich leidenschaftlich gern im Personal- und Projektmanagement. Durch die Vorbereitungen auf meine Vorträge und Workshops, die ich zu diesem Thema inzwischen anbiete, bin ich auf Ihr Bewerbungshandbuch gestoßen und ich möchte mich dafür ausdrücklich bei Ihnen bedanken. Nicht nur, dass Sie mir in fast allen Punkten aus dem „Personalerherzen“ sprechen. Sie haben durch Ihren feinen Sinn für Humor auch noch eine ungewöhnlich schöne und sehr präzise Ausdrucksweise, die das Lesen dieser Lektüre ausgesprochen vergnüglich werden lässt. Schade, dass so viele Beiträge im Internet kursieren, die eben nicht aus der Personalerfeder stammen - oder noch viel Schlimmer, die teilweise richtig Falsch sind.

K. C.

Unternehmer

Wir haben Ihre sehr informative Website in unseren Webguide aufgenommen.

Dr. J. F.

Personalvorstand

Die Inhalte Ihrer Homepage sind recht umfangreich und sehr informativ.

U.D.

Marketingmanager

Finde es sehr spannend, kurz und knapp zu lesen.

M. M.

Absolvent

Vielen Dank für die schnelle Antwort. Sie war sehr nützlich für mich. Außerdem finde ich Ihre Website außerordentlich ansprechend, übersichtlich und hilfreich.

H. B.

Manager

Vielen Dank für das Karrierehandbuch. Es ist hervorragend aufgemacht und für die Praxis eine wertvolle Hilfe. Sie haben sich da sehr große Mühe gemacht und es nützt nicht nur für die Karriere, sondern bietet auch viel für den Manageralltag. Eigentlich müsste es Karriere- und Managementhandbuch heißen.

Dr.-Ing. S. C.

Vertriebsmanager

... und wem habe ich all das zu verdanken? Na Ihnen. Ihnen gehören deshalb ebenfalls meine Hochachtung und mein herzlicher Dank.

P. L.

Absolvent

Ihre Seite wurde mir von einem meiner Professoren empfohlen und konnte mir bei Bewerbungen bis jetzt sehr helfen. Vor allem der Punkt „Lebenslauf“ hat mir sehr genutzt.

T. S.

Redakteur

Ratgeber und die entsprechende Website gefallen uns sehr gut.

T. H.

Managerin

Ich bin durch Zufall auf Ihr Internet-Handbuch gestoßen und spontan begeistert.

S. B.

Geschäftsführer

Sitze seit 2 Stunden vor Ihrem Karrierehandbuch und bin einfach begeistert.

M. H.

Professor

Es ist immer wieder erfrischend, Ihre Beiträge und Abhandlungen zu lesen.

Prof. Dr.-Ing. D. W.

Klinikarzt

Über die Feiertage habe ich mich intensiv mit Ihrem Karrierehandbuch beschäftigt. Es ist sehr interessant und enthält auch für mich als Mediziner viele wichtige Aspekte und Tipps.

Dr. med. M. P.

Personalmanager

Ich freue mich sehr auf das Handbuch! Sie haben eine informative, vielseitige Homepage angefertigt und das muss auch einfach einmal honoriert werden ... meistens wird ja immer nur gesagt, was nicht gut ist.

J. C.

Student aus der Schweiz

Im Rahmen einer kleineren Semesterarbeit über die Anwendung der ABC-Analyse bin ich per Zufall auf Ihre Website gestoßen. Da mich auch das Thema Karriere persönlich interessiert und Sie einen erfrischend ehrlichen und direkten Schreibstil pflegen, würde ich gerne Ihr Karrierehandbuch bestellen. Ich lebe in der Schweiz ...

M. K.

Personalmanager in Großunternehmen

Auf den ersten Blick ein gelungener Auftritt und brandaktuell! Sicher ein Werk, von dem nicht nur Führungskräfte profitieren können.

M. L.

Personalmanager

Habe Ihr Handbuch gelesen, ... es war sehr lehrreich und interessant.

T. W.

Schulungsmanager und Schulungsunternehmer

Endlich ist es da, das NEUE TESTAMENT FÜR MITTELSTÄNDLER.

W. V.

Ehemaliger Personalleiter in Konzernen und Mittelstand

Ich muss sagen, selbst für mich als Profi ist Ihr Karrierehandbuch eine spannende Lektüre. Was mir als Vielleser sehr zustatten kommt, ist die kurze, direkte Aussage; keine Schnörkel, keine philosophischen Auswüchse. Auch wenn die Themen einen irgendwann mal berührt haben und schon weit weg waren, ein echter „Refresher“.

P. K.

IT-Manager

In Ihrem Karrierehandbuch habe ich mit großem Interesse gelesen. Natürlich ist es keine Lektüre zum herunterlesen, aber es enthält vielfältige Anregungen für die Praxis. Viele Ihrer Tipps hätte ich zu Beginn meiner Karriere gerne selbst gekannt. Sie wissen - ich habe wörtlich zitiert!

R. I.

Personalberater

Auch mit dieser Abhandlung ist Ihnen WIEDER ein sehr guter Beitrag gelungen. Kompliment!

R. G.

Nachwuchsführungskraft

Mit großem Interesse habe ich Ihr „Karrierehandbuch“ angesehen und bin von den praxisnahen Informationen dort begeistert.

R. R-Z.

Senior Führungskraft (Konzern)

Momentan habe ich eigentlich überhaupt keine Zeit, bin aber trotzdem auf Ihren Webseiten hängen geblieben und war richtig begeistert. Wirklich gut gemacht! Ich werde mir ziemlich sicher für meinen nächsten Urlaub Ihre profunden Werke zulegen.

O. J.

Vertriebsleiter

ich habe mir gerade Ihre Webseite angesehen. Ausgezeichnet - das möchte ich Ihnen ausdrücklich sagen! Ich habe jetzt bestimmt 30 min lang von oben nach unten und von links nach rechts gelesen. Die Webseite ist wirklich sehr hilfreich. Darum würde ich mich gerne mit Ihnen vernetzen, denn von Ihrem Wissen und Ihrer Erfahrung möchte ich lernen. Was noch weiter interessant ist: Sie erwähnen einige besonders wertvolle, gute Firmen. Gerade in den letzten Tagen habe ich mir den Internetauftritt sowie Pressemitteilungen dieser Firmen genauer angesehen.

G.H.

Bewerbungsratsuchender

mit großem Interesse habe ich Ihr Karrierehandbuch gelesen und darin Ihre Erfahrung und Menschenkenntnis gespürt! ...

Dr. L. P.

Bewerbungsberaterin

Ihr Bewerbungshandbuch empfehle ich nach wie vor liebend gern weiter und bekomme tolle Resonanz.

Ein Texter aus Deutschland

zufällig bin ich auf Ihr ‚Karrierehandbuch‘ gestoßen - und beeindruckt von Ihrer Idee, der Umsetzung und von dem, was ich bislang gelesen habe.

U. W.

Dezernent

„Von den treffenden Parabeln war ich begeistert. Hier ist Ihnen ein wirklich tiefsinniges Werk gelungen, das einen einerseits zwar schmunzeln lässt aber andererseits auch sehr nachdenklich macht.“

J. H.

Freiberuflicher Berater, Konzepter und Redakteur

vielen Dank für Ihr hilfreiches Informationsangebot auf karrierehandbuch.de! Wer viel fragt, erhält viele Antworten: beim großen Angebot von Karriere-Beratern im Internet oder Ratgeber-Büchern, stehen sich viele Hinweise und Tipps diametral gegenüber. Ihr Werk hingegen ist erfreulich eindeutig und nachvollziehbar.

J. D.

Trainer und Berater

ein Kompliment an Sie für die sehr informativen und ansprechend gestalteten Seiten bei Karrierehandbuch.de. Vor allem Dank für die vielen kostenfreien Informationen.

A. B.

Zum Autor

Index Start

Aufgrund dieser Erfahrungen gebe ich Ihnen Bewerbungs- und Karrieretipps

Vor meinem BWL-Studium in Nürnberg absolvierte ich eine kaufmännische Lehre. Die Lehrlinge, die einen guten Eindruck vermittelten, durften einige Monate in das Hauptwerk von Strunk (heute Bosch) nach Köln und wohnten dort beim Personalleiter. Dieser Mann hat mich derart mit seiner Lebensart und Einstellung beeindruckt, dass ich beschloss, mich im Studium soweit als möglich, auf Personalwirtschaft zu fokussieren. In diesem Themenbereich schrieb ich auch meine Diplomarbeit. Aufgewachsen in einem Forsthaus lernte ich schon früh mit Tieren umzugehen. Oftmals nahm mich mein Vater mit auf die Jagd oder zum eher geruhsamen Fischen. Das Verhalten von Tieren faszinierte mich schon in recht jungen Jahren. Deshalb auch mein Faible für die Verhaltenskunde.

Bei der MTU (Tognum) in Friedrichshafen war ich nach abgeschlossenem Studium für die Kaufmännische Ausbildung verantwortlich. In dieser Daimlertochter waren mit dem Standort München 12.000 Mitarbeiter tätig.

1972 wuchs die Nixdorf Computer AG in Paderborn mit 6.000 Mitarbeitern stürmisch. Hohe Priorität hatte die Führungskräfteentwicklung, die ich konzipierte und realisierte. Die NCAG investierte jährlich mehrere Millionen DM in diesen bedeutenden Bereich. Nach drei Jahren wurde mir zusätzlich das Personalreferat Vertriebszentrale mit rund 400 hochqualifizierten Mitarbeitern und Führungskräften in der Zentrale übertragen.

Bei der Schubert & Salzer AG verantwortete ich ab 1976 als Personalleiter Angestellte und stellvertretender Gesamtpersonalleiter die Personalarbeit für knapp 6.000 Mitarbeiter.

1980 war Weru Fenster + Türen in Rudersberg im Kunststofffensterbau weltweit führend. Als Mitglied der Geschäftsleitung verantwortete ich die Fachbereiche Informationstechnologie, Materialwirtschaft, Personal, Recht und Versicherungen.

1988 startete ich als geschäftsführender Partner bei Dr. Welsch • Koch • Partner. Die Sozietät hatte sich auf den seinerzeit noch exklusiven Executive Search spezialisiert über den nur obere und oberste Führungskräfte gesucht wurden. Ab 2000 führen wir unsere Unternehmensberatung unter Koch Management Consulting.

2004 begann ich mit der Entwicklung der Karrierewebsite Karrierehandbuch.de.

Meine Ehefrau Elvira-Maria unterstützte mich hierbei nicht nur mit klugen Gedanken. Ihr Verzicht ermöglichte es mir, dieses Projekt in „Tag und Nachtarbeit“ zu realisieren.

Mein Sohn Markus-Hermann konzipierte, realisierte und pflegt das von vielen Nutzern sehr gelobte Webdesign mit höchstem Fleiß und Können. Ihm danke ich für seinen unermüdlichen Fleiß und viele wichtige Anregungen und Kritik ganz besonders.

Meiner langjährigen Kollegin und Mitarbeiterin, Frau Forster, danke ich dafür, dass sie zu kompliziert abgehandelte Darstellungen kritisch hinterfragte.

Anlage Bildschirmfotos

Index Start

Anschreiben und Lebenslauf

sind im Format für den Kindle nicht so darstellbar, dass Sie die Form übernehmen könnten. Deshalb sehen Sie nachfolgend hierzu Bildschirmfotos aus unseren auch druckbaren PDF-Versionen – siehe auch http://karrierehandbuch.de.

Frank Gansmann

Dagobertallee 1
84432 Entenhausen

Telefon: 0171 / 1 25 19 45
E-Mail: gansmann@aol.com

Maschinenbau AG
Frau Birgit Schön
- Personalleiterin -
Postfach 20 25 35

71564 Großhausen

1. April 2009

Leiter Marketing - FAZ vom 26. März 2009

Sehr geehrte Frau Schön,

seit 5 Jahren bin ich als Leiter des Produktmarketings eines marktführenden Unternehmens in der Investitionsgüterindustrie tätig. Ich berichte an den Geschäftsführer Marketing und bin selbst für 25 Mitarbeiter verantwortlich.

Mein Budget beträgt rund € 10 Millionen. In diesem sind etwa 3 Millionen für unsere internationalen Werbeaktionen enthalten. Alle Werbemaßnahmen initiiere ich persönlich und realisiere diese dann über eine Werbeagentur.

Als Prokurist bin ich zudem verantwortlich für das gesamte Marketing in unseren 34 Tochtergesellschaften. In meinem Verantwortungsbereich erzielen wir seit dem Jahre 2000 eine Umsatzausweitung von durchschnittlich jährlich 25%.

Ich verfüge über die gewünschte Erfahrung in weltweiten Produktplacements hochwertiger Investitionsgüter sowie über verhandlungssichere Sprachkenntnisse in Englisch und schnell ausbaufähige Schulkenntnisse in Französisch. Zur Ausrichtung des Produktmarketings führe ich mit den Geschäftsführern der Tochtergesellschaften jährlich die Abstimmungsgespräche.

Meine Kündigungsfrist beträgt 12 Monate zum Jahresende. Entsprechend der Handhabung in vergleichbaren Positionen könnte auch ein früherer Austrittstermin verhandelbar sein. Mein derzeitiges Jahreseinkommen bewegt sich in der Größenordnung von € 150.000.

Ich freue mich auf ein persönliches Gespräch.

Mit freundlichen Grüßen

Frank Gansmann

Lebenslauf

Frank Gansmann
Dagobertallee 1
84432 Entenhausen

Telefon: 0911 / 1 79 38 90
E-Mail: gansmann@aol.com

Foto

etwas größer
als ein
Passfoto
ungefähr
4 x 6

Persönliche Daten

Geboren am	22. Juli 1970 in Berlin / Deutscher
Familienstand	verheiratet, zwei Kinder (geboren 1995 und 1998)

Schulen / Studium

09/76 - 06/80	**Grundschule** und
09/80 - 06/89	**Johann-Herder-Gymnasium in Berlin**
	Leistungsfächer: Mathematik und Physik
	Abiturnote: 1,9
10/89 09/95	**Technische Universität in Berlin**
	Ingenieurstudium mit der Fachrichtung Informatik Schwerpunkt: Unternehmensorganisation
	Diplomarbeit: „Implementierung eines Expertensystems zur Konfigurierung von CIM-Leitrechnern“
	Abschlussnote: 2,1 - Diplomarbeit: 1,5

Berufspraxis

10/95 - 09/98	**Fein-Werke GmbH & Co. KG, München**
	Leiter der Organisation und Datenverarbeitung
	Das Unternehmen produziert mit 3.500 Mitarbeitern Drehmaschinen, die weltweit vertrieben werden
	Ich war dem Geschäftsführer Verwaltung unterstellt und zeichnete selbst für 25 Mitarbeiter verantwortlich
	Meine Mitarbeiter und ich führten 1997 bis 1998 eine unternehmensweite CIM-Lösung mittels SAP R/3 ein
	Hierdurch konnten die Kosten in der Produktion und der Auftragsabwicklung um annähernd € 3 Millionen p.a. reduziert werden

Professioneller Lebenslauf

10/98 - 06/02	**Grün und Hartzweig GmbH, München** Leiter des Geschäftsbereiches Consulting und Mitglied der Geschäftsleitung Das Unternehmen berät mit 300 Mitarbeitern vorwiegend mittelständische Unternehmen bei der Implementierung von CIM-Lösungen auf der Basis SAP R/3 Mit etwa 100 Mitarbeitern realisierte ich bei deutschen Unternehmen und deren ausländischen Tochtergesellschaften komplexe SAP-Projekte Die Umsätze konnten wir jährlich um ca. 30% steigern - ich verantwortete zuletzt € 25 Millionen p.a.
07/02 - heute	**Telekommunikation Business Services AG, München** Leiter der Geschäftseinheit Executive. Prokurist mit Profit- und Loss-Verantwortung und einem Budget von € 590 Millionen Besondere Erfolge erzielten meine 2.300 Mitarbeiter und ich durch die Erschließung des gesamten asiatischen Wirtschaftsraumes über den Aufbau von 55 Geschäftstellen Der Umsatz konnte jährlich regelmäßig um über 60% p.a. gesteigert werden. Die Gewinnentwicklung entsprach annähernd prozentual dem erzielten Umsatzzuwachs

Zusatzqualifikationen

Sprachen:	Englisch - sichere Beherrschung in Wort und Schrift Französisch - schnell ausbaufähige Schulkenntnisse
Verbandsarbeit:	Verband deutscher Ingenieure - aktiv mit Vorträgen DIN-Fachnormenausschuß als Ausschussmitglied
Hobbys:	Schach, Flugzeugführerlizenz (2. Mot., CPL/IFR)
Weiterbildungsmaßnahmen:	siehe beigefügte Auflistung

Entenhausen, 1. April 2009

Unterschrift

Impressum

Index Start

Das eBook (Version 12.06)
„Karriere ultimativ“
ist urheberrechtlich geschützt.
Copyright © 2012 Gerhard-Hermann Koch.
© Grafik „Gänsemann“ www.christinegerhardt.de

Herausgeber und Autor
Gerhard-Hermann Koch
Koch Management Consulting
Birkenstraße 6
71549 Auenwald
http://Karrierehandbuch.de
gerhard.koch@karrierehandbuch.de
Telefon 49 7191 / 23 00 05
USt-Ident: DE144721011

Inhaltsverzeichnisse
Bewerbungshandbuch

Index Start
01. Bewerben ist mehr als Handwerk
02. Was passt zu Ihnen?
03. Fragen zur Selbstfindung
04. Stellenwechsel
05. Anzeigenanalyse
06. Bewerbungsfehler
07. Bewerbungstelefonate
08. Gesprächsleitfaden
09. Checkliste zur Bewerbung
10. Die normierte Bewerbung
11. Professionelles Anschreiben
12. Professioneller Lebenslauf
13. Professionelles Bewerbungsfoto
14. Initiativbewerbung
15. E-Mail-Bewerbung
16. Die Leistungsbilanz
17. Abgleich Anforderungs- zum Eignungsprofil
18. Einholen einer Referenz
19. Schwierige Bewerbungssituationen
20. Interviewablauf
21. Interviewfragen
22. Bewerberfragen
23. Schriftverkehr
24. Anrufe im Rahmen einer Bewerbung
25. Vertrauen Sie nicht jedem Rat
26. Sie sind das „Produkt“
27. So prüfen Sie das Betriebsklima
28. Was Sie als Standard erwarten dürfen
29. Strategie bei einer Absage
30. Überlegungen vor einem Stellenwechsel
31. Die Gesichter eines Unternehmens
32. Zu welchem Unternehmenstyp passen Sie?
33. Quo Vadis?
34. Zu welchem Vorgesetztentyp passen Sie?
35. Gehaltsverhandlung
36. Executive Search
37. Interviews im Executive Search

38. Diverse Musteranschreiben
39. Bewerben als Abiturient
40. Bewerben als Absolvent
41. Bewerben in der Schweiz
42. Bewerben im Ausland
43. Stärken oder Schwächen?
44. Die Form folgt der Funktion
45. Graphologie
46. Erfolgreiche Fragetechniken
47. Businesskleidung für die Dame
48. Businesskleidung für den Herrn
49. Überlebenswichtige Tischsitten und Manieren
50. Vom Bewerber zum Mitarbeiter
51. Ihr Start beim neuen Arbeitgeber
52. Lieber ein Ende mit Schrecken
53. Arbeitszeugnis

Inhaltsverzeichnis Karrierehandbuch

Index Start
01. Karrierekompetenz
02. Karriereziel
03. Karrieremanagement
04. Karriereturbo
05. Karrierewege
06. Karrierekiller
07. Erfolgsmotivation
08. Karrierepsychologie
09. Psychologisches
10. Persönlichkeitspsychologie
11. Körpersprache
12. Vom Umgang mit Vorgesetzten
13. Vom Umgang mit Kollegen
14. Vom Umgang mit Mitarbeitern
15. Vom Umgang mit sich selbst
16. Vom Umgang mit Externen
17. Vom Umgang mit Konflikten
18. Erfolgreich mit List
19. Ermutigen oder Entmutigen?
20. Ein Lob dem Lob
21. Kritik an der Kritik
22. Manipulation erkennen
23. Motivation
24. Effizienzsteigerung
25. Effizientes Selbstmanagement
26. Die Effizienz der Teamarbeit
27. Kommunizieren
28. Schriftverkehr
29. Netzwerken
30. Präsentieren
31. Entscheiden
32. Verhandeln
33. Delegieren
34. Kreative
35. Rhetorik
36. Stimmsicher zum Erfolg
37. Dialektik
38. Manager
39. Managerinnen

40. Guerillataktik
41. Ausstiegsstrategie
42. Newplacement
43. Gehaltsverhandlung
44. Stress
45. Referenzanfrage
46. Karriere macht, wer (sich) verkaufen kann
47. Reflexion
48. Gewinner oder Verlierer

Inhaltsverzeichnis Verhaltenskunde

Index Start
001. Evolution einmal grundsätzlich gesehen
002. Was Ethologen vom lieben Gott unterscheidet
003. Wenn Sie der Dompteur in der Manege sind
004. Von Hütehunden und Schafen
005. Was wir von Klapperschlangen lernen können
006. Die Hummel schaufelt sich durch die Luft
007. Revierkämpfe sichern den Betriebsfrieden
008. Eisbären sind Einzelgänger
009. Papageien-Wahrheiten sind „in“
010. Lernen Sie von den Wölfen
011. Schimpansen ticken wie wir
012. Alle verteidigen ihr Territorium
013. Der Vogel mit dem schönsten Spreizfuß
014. DikDiks suchen den Schutz Mächtiger
015. Auch ein Wurm krümmt sich, wenn man ihn tritt
016. Selbst satte Raubtiere sind gefährlich
017. Schimpansen streiten schnell und laut
018. Rudeltiere überleben nur im Rudel
019. Piranhas jagen in Schwärmen
020. Viren, Bakterien und Pilze töten Großes
021. Leoparden sind gefährlich
022. Löwen töten emotionsfrei
023. Torschlusspanik führt zur Scheidung
024. Auch Hunde können lachen
025. Der Uhu ist nur nachts gefährlich
026. Schnecken gleiten selbst auf Rasierklingen
027. Nicht nur Chamäleons wechseln ihre Farbe
028. Der Rassehund kommt aus gutem Hause
029. Die Schwarmintelligenz der Schmeißfliege
030. Stammt der Mensch vom Affen ab?
031. Vom Balztanz der männlichen Lachtaube
032. Gattenmord bei Buntbarschen
033. Das Märchen vom Massenselbstmord der Lemminge
034. Kaiserpinguine trotzen der Kälte bewegungslos
035. Weibliche Entenvögel hetzen
036. Der mit dem Wolf tanzte
037. Satte Hunde dösen mehr
038. Warum Enten im Leerlauf gründeln?
039. Die Jagdtechnik der Krokodile

040. Hunde, die drohen, könnten auch beißen
041. Warum Meisen um Nistkästen kämpfen?
042. Nur die Hackhemmung rettet das Küken
043. Trau keinem Rüden, der Hündinnen beißt
044. Die Demut der weiblichen Smaragdeidechse
045. Die Tötungshemmung der Raubtiere
046. Die Herrschsucht der männlichen Paviane
047. Kleinaffen nerven
048. Nur der Schwarm bietet Schutz
049. Hirnlose Fische werden Anführer
050. Was uns der Vielfraß lehrt
051. Die Romantik der Storchenliebe
052. Nachtreiher brauchen den Nachbarschaftsstreit
053. Ratten kennen keine Rangordnung
054. Die Paarbildung der Buntbarsche
055. Buntbarsche sind die geborenen Krieger
056. Der Tanz der Kraniche
057. Gänse sind schließlich bloß Gänse
058. Die Rangordnung im Hühnerhof
059. Dohlenehen halten ewig
060. Der Mythos vom sanften Reh
061. Die Lachtaube, das Friedenssymbol
062. Von Katzen und Katzenliebhabern
063. Der König der Tiere ist faul
064. Der menschliche Allesfresser
065. Die Zuchtauswahl entscheidet über den Charakter
066. Was verbindet uns mit dem Schimpansen?
067. Orcas jagen in Schulen
068. Delfine lassen Blumen sprechen
069. Der treueste aller Begleiter, der Hund
070. Wölfe halten wie Pech und Schwefel zusammen
071. Die Fledermaus kann mit den Ohren sehen
072. Klapperschlangen sehen Wärmebilder
073. Ameisen, ausgebeutet im Weiberstaat
074. Das nichtvisuelle Auge des Nilhechts
075. Bombardierkäfer, die Kampfmaschinen
076. Der Biber kann selbst die Ohren verschließen
077. Der Kuckuck ist der Vogel des Jahres 2008
078. Die Fressgier der Termiten
079. Krokodilwächter leben in Symbiose
080. Anemonenfische sind keine Clowns
081. Raubwelse ziehen nächtens um

082. Zwergwelse verduften bei Gefahr
083. Rachsüchtig wie ein waidwunder Büffel
084. Tote Flundern leben nur theoretisch länger
085. Der Zitterrochen, das lebende Kraftwerk
086. Moschushirsche verführen mit Moschus
087. Präriehunde wohnen am liebsten Stadtnah
088. Wer den Klopfkäfer hört, ist des Todes
089. Kreuzspinnen-Männchen klopfen erst mal an
090. Der Elefant hat einen Rüssel
091. Pferde ermöglichten die Eroberung der Welt
092. Das Stinktier ist zu Recht unbeliebt
093. Waschbären sind üble Zeitgenossen
094. Das wüste Schackern der Elstern
095. Sportliche Mäuse rennen im Laufrad
096. Goldhamster lieben Mozart
097. Schützenfische sind Scharfschützen
098. Schimpansen toben, wenn sie nicht ausgelastet sind
099. Junge Wölfe betreiben Kampftraining
100. Flughunde, Vampire der Nacht
101. Mantelpaviandamen flirten gerne
102. Bakterien tauschen Erbmaterial
103. Damenwahl bei Seelöwen
104. Heiße Gämsenliebe im kalten Schnee
105. Der Imponiertanz des Blatthühnchens
106. Brautgeschenke stimulieren Schleiereulen
107. Grundbesitzende Gnus sind selbstbewusster
108. Der Hals des Habichts ist kurz
109. Hundedressur über bedingte Reflexe
110. Die Mordlust der Katze
111. Raubtiere treffen selten auf selbstlose Helden
112. Ein Königreich für ein Hundeleben
113. Koalas kiffen sich zu
114. Die Immigration der Kräuselspinne
115. Seewespen, die tödliche Gefahr
116. Betrügende Moorbläulinge leben riskant
117. Leoparden küsst man nicht
118. Der Schliefer ist mit dem Elefanten verwandt
119. Warum mimikrierende Schmetterlinge nicht gefressen werden
120. Gottesanbeterinnen sind nicht wirklich fromm
121. Warum Welpen „brav“ sind
122. Tote Büffel sind die Gefährlichsten
123. Warum Fluchttiere fliehen

124. Tolerante Tüpfelhyänen werden vertrieben
125. Kriegerameisen erobern fremde Lebensräume
126. Die Rückkehr der Schimmelpilze
127. Wenn Meisen eine Meise haben
128. Was verbindet gewaltbereite Mäuseriche mit Hooligans?
129. Die Affen jagen durch den Wald
130. Schneeleoparden frieren auch im Winter nicht
131. Ein Fisch namens Bitterling
132. Adler kreisen einsam
133. Weiße Haie beißen erst mal probehalber
134. Vorkostende Ratten leben ungesund
135. Feuersalamander reagieren giftig
136. Der Schwertschnabelkolibri hat den Längsten
137. Die Dinosaurier starben aus
138. Pass doch auf, du Tölpel
139. Die Vorratskammern der Eichhörnchen
140. Mauersegler sind Luftakrobaten
141. Ameisen sind unkündbar
142. Würmer befallen Lebewesen und Computer
143. Stachelschweine sind wehrhaft
144. Wildschweine sind clever
145. Tasmanische Teufel stinken
146. Fliegen lieben Feuchtgebiete
147. Flattern wie ein Schmetterling
148. Wilbär, Flocke, Knut & Co.
149. Auch Viren handeln strategisch
150. Nicht nur Igel igeln sich ein
151. Den Stier bei den Hörnern packen
152. Das Haushuhn
153. Der Mops
154. Von der Last ein Maulesel zu sein
155. Vampire, die Echten
156. Nicht alle Hasen sind Angsthasen
157. Kaninchen sind keine echten Hasen
158. Skorpione drohen, bevor sie zustechen
159. Hirschkäfer schwärmen in der Dämmerung
160. Windhunde rennen für Wettsüchtige
161. Flusspferde kämpfen blindwütig
162. Wühlmäuse leben im Untergrund
163. Selbst Mistkäfer sollen Glück bringen
164. Der Vogel Strauß ist wehrhaft
165. Die Jagdtechnik der Geparden

166. Erdmännchen sind wachsam
167. Stachelrochen gleiten majestätisch
168. Grasmilben, die elfte der biblischen Plagen
169. Vögel sehen bunter
170. Nur Spione lieben Wanzen
171. Korallen sind koloniebildende Nesseltiere
172. Fischotter achten auf ihre Linie
173. Nicht nur Spinnen bauen Netze
174. Netzpythons erwürgen taktisch klug
175. Eichelhäher sind lustige Gesellen
176. Marienkäfer bringen nicht nur Liebende zum Träumen
177. Paviane bevorzugen den eigenen Harem
178. Schwertfische gleiten schnell und elegant
179. Kreuzottern sind Einheimische
180. Kamele sind genügsame Wüstenschiffe
181. Der Ziegenbock
182. Das gewöhnliche Hausschwein
183. Kein Thanksgiving ohne Truthahn
184. Frettchen sind vergnügliche Raubtiere
185. Die Gemeine Schnappschildkröte hat Einreiseverbot
186. Das Schnabeltier legt Eier
187. Von Schafen und von „guten Hirten“
188. Die Königskobra wird als Gottheit verehrt
189. Nashörner bevorzugen es hart
190. Der ausgezeichnete Geruchssinn der Warane
191. Australier hassen die Aga-Kröten
192. Anglerfische angeln geruhsam
193. Brüllaffen benehmen sich wie Proleten
194. Muränen verbergen sich in Höhlen
195. Blutegel heilen ohne Doktortitel
196. Auch Pflanzen kommunizieren
197. Das Erbgut wandelt sich durch Selektion
198. Die Dinosaurier lebten im Erdmittelalter
199. Selbst Tyranus Saurus Rex wurde recycelt
200. Atome enthalten die Bausteine des Lebens

Inhaltsverzeichnis Personalmarketing

Index Start
01. Gedanken zum Employer Branding
02. So entwickeln Sie Ihre Arbeitgebermarke
03. So gestalten Sie Ihre professionelle Karriereseite
04. So gestalten Sie Ihre Bewerberbroschüre
05. Beispiel Bewerberbroschüre Bonduelle
06. Interessenten werden zu Bewerbern
07. Produktmarketing ist Personalmarketing
08. Verankern, lautet das erste Gebot
09. Das Personalmarketing bedarf der Fähigsten
10. Das Personalmarketing bedarf Strategien
11. Wird Ihr Unternehmen als Arbeitgeber empfohlen?
12. Professionalität in der Mitarbeitergewinnung
13. Kriterien bei der Auswahl eines Arbeitgebers
14. Bestqualifizierte gewinnen
15. Personalmarketing an Hochschulen
16. Stellenanzeigen erstellen kann jeder, tatsächlich?
17. Textbausteine erleichtern das Formulieren
18. Hinweise zur Selektion
19. Fundierte Bewerberauswahl
20. ABC-Analyse
21. Bewerbermanagement
22. Telefoninterview
23. Interview
24. Interviewfragen
25. Bewerberkorrespondenz
26. Assessment Center
27. Einholen einer Referenz
28. Zeugnisinhalte und -prüfung
29. Personalberater
30. Direct Search
31. Mandate Personalberater
32. PingPong
33. Einarbeitung
34. Unternehmensführung
35. Führungskräfte
36. Führungskräfteentwicklung
37. Führungskräfte-TÜV
38. Förderkreise
39. Mitarbeiterführung

40. Mitarbeiterbeurteilung
41. Seminarangebote
42. Fluktuation
43. Betriebsbedingt kündigen
44. Arbeitnehmerkündigung
45. Entwicklung der ökonomisch aktiven Bevölkerung
46. Online-Marketing
47. Personalmarketing - aus der Praxis für die Praxis
48. Facebook, damit nicht nur Facebook alles weiß

Inhaltsverzeichnis ExzellenteArbeitgeber

Index Start
Automotive Lighting, Reutlingen
Bahmüller Maschinenbau, Plüderhausen
Bonduelle Deutschland, Reutlingen
Festo AG, Esslingen
Illig Maschinenbau, Heilbronn
Manz AG, Reutlingen
Murrelektronik, Oppenweiler
Ruetz Technologies, München
Schiller Automation, Sonnenalb
SEW-Eurodrive, Bruchsal
Tesat-Spacecom, Backnang
Valeo Wischersysteme, Bietigheim-Bissingen
Kontaktdaten alle Unternehmen